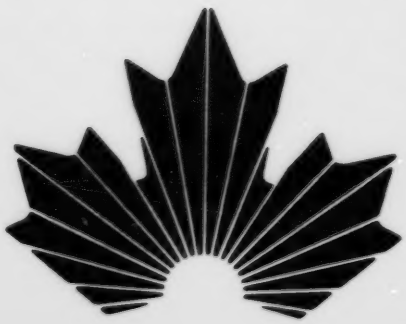
Studies in Canadian Export Opportunities in the U.S. Market

Housewares



External Affairs Canada
Affaires extérieures Canada
Canada

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

HOUSEWARES (GIFTWARES)

JULY 1989

PEAT MARWICK CONSULTING GROUP
OTTAWA

89-06388/

For additional copies please write or call:

Info Export (BTCE)
The Department of External Affairs
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa: (613) 993-6435

© Minister of Supply and Services Canada 1988

Cat. No. E73-7/35-1988

ISBN 0-662-56008-6

External Affairs Canada
Affaires extérieures Canada

The information provided in this report was prepared by Peat Marwick Consulting Group for the Department of External Affairs. As such, the analysis and conclusions in this report are those of Peat Marwick and not of the Department of External Affairs.

Peat Marwick Consulting Group and the Department of External Affairs advise that this report should not be relied upon as the sole representation of the future prospects of any opportunities that are pursued. Each company must rely upon its own inspection and investigation in order to satisfy itself as to the extent of the opportunity and the credentials of the buyer. Nevertheless, the Department of External Affairs is prepared to offer individual counselling and advice to companies wishing to pursue opportunities arising out of either these studies or other market development opportunities.

STUDIES IN CANADIAN EXPORT OPPORTUNITIES IN THE U.S. MARKET

HOUSEWARES (GIFTWARES)

TABLE OF CONTENTS

	Page
EXECUTIVE SUMMARY	1
I - STUDY OBJECTIVES	2
II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY	3
III - U.S. IMPORTS OF HOUSEWARES (GIFTWARES)	5
Sector Definition	5
U.S. Imports 1982-87	6
U.S. Industry Outlook	8
IV - MARKET STUDY	9
Survey of U.S. Importers	9
Survey of U.S. Associations	11
V - BACKGROUND	14
Study Approach	15

APPENDICES

Appendix 1 -	U.S. Importers Seeking Sources of Supply for Specific Products	19
Appendix 2 -	U.S. Importers Generally Seeking Sources of Supply	29
Appendix 3 -	1987 Imports of Housewares (Giftwares) (Schedule A 665.3, 666.4, 666.5)	37
Appendix 4 -	Description of Selected Housewares (Giftwares)	43
Appendix 5 -	1987 U.S. Imports of Selected Housewares (Giftwares) from Europe and Japan by Country	45
Appendix 6 -	1982 - 1987 Imports of Selected Housewares (Giftwares)	47
Appendix 7 -	Current U.S. Tariffs on Canadian Housewares (Giftwares) and Schedule for their Removal under the Free Trade Agreement	51
Appendix 8 -	Countries of Origin and Respondents' Level of Satisfaction	59
Appendix 9 -	U.S. Industry Trade Fairs and Publications	61
Appendix 10 -	Canadian Government Trade Contacts in Canada and the United States	63

EXECUTIVE SUMMARY

This report addresses one of approximately 80 sectors reviewed as part of a broadly-based study commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs. The objective of this study is to provide a preliminary indication of potential opportunities for the expansion of Canadian exports into the United States. The findings in each report are based on an analysis of U.S. trade statistics and a limited survey of U.S. importers and trade associations from a broad cross-section of U.S. industry.

The purpose of each report is to assist Canadian companies identify potential export opportunities that may justify further investigation. While the reports do not provide analyses of Canadian export industries or their international competitiveness, they do provide other kinds of information that should be useful. For example, each report provides information on individual companies that have indicated an interest in new sources of supply, some of which are quite specific. Information on U.S. import market size and shares and on industry publications and trade fairs that the companies surveyed felt were most useful are also provided. As such, individual reports in the series should be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not yet exporting or that would like to increase their level of exports to the United States.

Housewares (giftwares) is one of the sectors examined during the study. A survey of U.S. importers of housewares was undertaken to determine the impact of the devaluation of the U.S. dollar on imports and to assess the potential for increased Canadian exports of housewares products. The results of the survey were significant, with 84% of importers interviewed reporting that the dollar's decline had indeed increased the cost of their imports. Consequently, a large majority (65%) expressed an interest in learning more about the capabilities of Canadian companies to meet their requirements. While only a small number of those interviewed had ever used Canadian suppliers, they reported high levels of satisfaction with their suppliers.

These importers indicated a preference for obtaining information from Canadian suppliers via brochures, trade fairs and industry publications.

I - STUDY OBJECTIVES

This report is one of a series covering approximately 80 manufacturing sectors commissioned by the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau of the Department of External Affairs and written by Peat Marwick. The series is designed to provide a preliminary indication of Canadian export opportunities in the United States that may now exist as a result of the rising cost of offshore imports. The information provided about the nature and size of the U.S. import market, as well as leads and marketing intelligence, should help Canadian companies to determine whether further investigation of opportunities is justified and, if so, to begin such followup. The reports are likely to be of particular interest to small and medium-sized Canadian companies that either are not exporting or would like to increase their exports to the United States.

Each sector report identifies the major products imported into the United States from developed countries, explores the effect that the devaluation of the U.S. dollar has had on the price of these imports, and indicates which of these products might provide Canadian suppliers with increased export opportunities in the United States. The U.S. Department of Commerce's segmentation of statistics, upon which the review of U.S. imports is based, does not always correspond to the traditional definitions of product sectors in Canada. In a few reports, therefore, there are some differences between the products discussed in the report and those commonly included within that sector. Definitions of what products are covered in each report are, however, provided in all cases so that such differences can be identified and taken into account.

The report also identifies some initial export leads for Canadian manufacturers, lists trade fairs and industry publications favoured by U.S. importers, examines the U.S. importers' perceptions of the impact of a Free Trade Agreement between Canada and the United States on their purchases of Canadian products and provides the relevant tariff tables outlining the implementation stages of the Free Trade Agreement. Analysis of Canadian export industries or international competitiveness was outside the scope of these reports. For specific information on export marketing of their product, Canadian companies are invited to contact the U.S. Trade, Tourism, and Investment Development Bureau or the appropriate Canadian Trade Commissioner in the United States (addresses in final appendix).

II - CONCLUSIONS OF THE PEAT MARWICK STUDY

U.S. imports of the houseware (giftware) products classified under the four specific groups selected exceeded $1.2 billion (U.S.) in 1987 with Europe and Japan accounting for nearly 49% of the import market. This share was down substantially from the previous year when it stood at 59%. The likelihood that this lower share is explained, at least in part, by the devaluation of the U.S. dollar, is supported by the fact that 84% of U.S. importers of housewares interviewed reported that the devaluation had indeed increased their costs.

As a result of this, more than 65% of respondents expressed a desire to learn more about Canadian suppliers of housewares. Approximately 32% felt that implementation of a Canada-U.S. Free Trade Agreement will result in higher volumes of imports of Canadian manufactured housewares.

Preferred sources of preliminary product and company information are brochures, trade fairs and industry publications. Recommendations from personal contacts is the next important factor influencing the purchase decision, followed by information gathered at trade fairs. The primary reasons for importing housewares are favourable prices and to source products not available domestically.

A number of factors including the rising cost of imports, the importance of price in the decision to import and the pending elimination of tariffs on Canadian housewares entering the United States suggest strong potential for increased exports by Canadian manufacturers of housewares. While 65% of respondents expressed interest in hearing from Canadian suppliers of housewares in general, a number also indicated that they were actively seeking sources of supply for specific products. Products relevant to this study include crystal, porcelain and stainless steel giftware; high quality oriental ceramics; brass and ceramic giftware; brass, porcelain and plastic housewares; and terra cotta products. Information on these specific opportunities (and others identified by respondents which are not the focus of this study) is presented in Appendix 1. Appendix 2 lists U.S. importers generally interested in knowing more about Canadian sources of supply.

The Department of External Affairs recommends that Canadian firms should consult the Canadian Trade Commissioner located closest to each company being considered for contact prior to doing so in order to obtain advice, assistance and

further company information. Canadian government contacts in Canada and the United States are provided in Appendix 10.

III - U.S. IMPORTS OF HOUSEWARES (GIFTWARES)

This chapter provides information on recent levels and trends of U.S. imports and a summary of short-term prospects for this sector. Where there are differences in sector definitions between these sources, or between them and definitions generally used in Canada, such differences are noted, along with any known implications. In order to improve the usefulness of the information, a definition of which products within the sector are being reported on, and how they were selected, is also provided.

SECTOR DEFINITION

The products discussed in this report were selected on the basis of the customs value of U.S. imports from Japan, Europe and Canada, as reported by the U.S. Department of Commerce (USDOC). The sector definitions used by USDOC effectively defined the products available for inclusion in this report. The selection of products was achieved by first screening all the USDOC broad product groupings, as expressed in 4-digit codes (e.g., porcelain or china household ware [Schedule A 666.4]). Where combined imports from Japan, Europe and Canada were significant, the list of products was further refined at the more detailed and specific 7-digit level (e.g., non-bone dinnerware, tableware, and household articles [Schedule A 6664040]).[1]

Appendix 3 displays 1987 U.S. imports of all 7-digit products or product groups belonging to the 4-digit categories selected for the housewares (giftwares) report. The initial selection of products or product groups was based on a minimum of $80 million (U.S.) of 1986 imports into the United States from Japan, Western Europe and Canada. Following consultation with industry and government officials with expertise in the housewares (giftwares) sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were included where there appeared to be significant commercial interest. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest. Further details on this selection process are provided in Chapter V, Background. Due to refinements of sector definitions and other adjustments, there may be some differences between figures in this report and those in the Overview report published in June 1988. In such cases, the numbers in this report take precedence.

---

1 It has been noted that there is a strong plastics industry in Canada producing mixing bowls, utensils and storage containers. The data relating to and export opportunities concerning these products have been covered in the sector report on Plastics.

On the basis of the above process, the following products and product groups were selected to be the subject of this report:

- Glassware, containing over 24 percent lead monoxide, valued over $3 each (Schedule A 6653911);
- Non-bone chinaware, tableware, and household articles (Schedule A 6664040);
- Earthenware tableware (Schedule A 6665025);
- Smokers and household articles, nspf,* of earthenware or stoneware (Schedule A 6665040).

A full description of these products in terms of Canadian trade classification, CITC, is presented in Appendix 4.

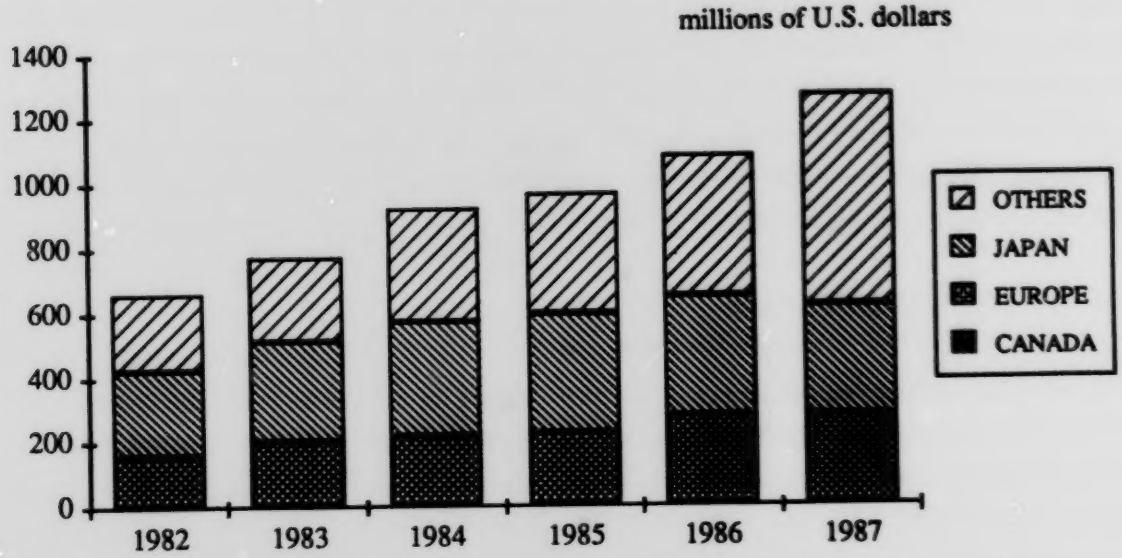
U.S. IMPORTS 1982-87

A breakdown of 1987 imports of selected housewares (giftwares) by country is presented in Appendix 5. Japan was the major exporter to the United States with 26.7% of the import market. Total U.S. imports of these products was approximately $1.3 billion (U.S.) in 1987, up 16.5% from 1986. For the period under study (1982 through 1987), U.S. imports of these housewares (giftwares) increased at an annual average rate of nearly 14%. (See Chart 1, overleaf).

* not specifically provided for

CHART 1

TOTAL U.S. IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)



Source: *U.S. General Imports and Imports for Consumption*, U.S. Department of Commerce.

Trends for each of the product groups are presented in Appendix 6.

In 1987, products classified as "non-bone chinaware, tableware, and household articles" (Schedule A 6664040) represented the largest group of imports at $444 million (U.S.) or 35% of total imports. "Earthenware tableware" (Schedule A 6665025) accounted for an additional 29% or $372 million (U.S.). Imports of products classified as "Smokers and household articles, nspf, of earthenware and stoneware" (Schedule A 6665040) exhibited strong growth over the period under study, particularly in 1987, when imports increased by 35.4%. Japanese suppliers are particularly dominant in the tableware markets with 30.2% and 44.3%, respectively, of the non-bone china and earthen tableware markets. European countries are the source of 22% of total U.S. housewares (giftwares) imports and are leading suppliers of glassware and various household articles of earthenware and stoneware. France, Germany and the United Kingdom are leading European suppliers to the U.S. market with 5.3%, 5.0% and 4.6%, respectively, of total imports in 1987. Although Europe and Japan enjoyed a 49% share of the U.S. import market in 1987, this was a dramatic drop from the 59% registered in 1986.

Canada's presence in the U.S. import market is very limited at present. In 1987, Canadian suppliers shipped just over $2.1 million (U.S.) worth of housewares (giftwares) to the United States, and these shipments represented approximately 1.5% of total U.S. imports of housewares (giftwares) in that year. However, market opportunities may increase with the ratification of the Free Trade Agreement between Canada and the United States. According to the Agreement, duty reductions began January 1, 1989, in equal annual stages so that some items become duty free on January 1, 1993, and the remainder on January 1, 1998. A full listing of tariffs and the schedule for removal is found in Appendix 7.

U.S. INDUSTRY OUTLOOK

The USDOC publishes an annual *U.S. Industrial Outlook* for a wide range of individual sectors. Where such outlooks are available and relevant to the series of reports of which this is one, they have been summarized and presented as general indications of near-term developments. In cases where such USDOC outlooks are not published, suitable alternative sources of credible industry forecasts have been sought. For the housewares (giftwares) sector, no appropriate forecasts were readily available, and thus a "U.S. Industry Outlook" has not been provided.

This chapter has provided a definition of the products included within the scope of this report, the criteria used for their selection and a summary of U.S. imports of those products for 1982-87. Where available, a short-term outlook for the corresponding U.S. industry has also been provided. As this report is intended only to provide a sectoral overview and an indication of the opportunities that may exist for increased Canadian exports, individual readers are strongly encouraged to conduct more in-depth research on any potential opportunities identified.

Users of this report who are interested in undertaking further research into specific markets are also encouraged to contact any of the Canadian Government Trade Development offices listed in the final Appendix to this report to determine what assistance may be available to them.

IV - MARKET STUDY

SURVEY OF U.S. IMPORTERS

The U.S. importers of housewares (giftwares) interviewed were selected from a variety of sources, including the report provided by the *Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service*. This report contained three months of 1987 shipping data and ranked importers from major developed countries by volume of imports. This list was supplemented by information provided by External Affairs' posts in the United States and by lists from trade associations and numerous industry publications.

As noted earlier, this series of reports on Canadian export opportunities in the United States covers approximately 80 product sectors. When the final reports are completed, over 4,000 interviews will have been carried out with U.S. companies. The number of interviews conducted for each sector varies from 40 to over 100 and is dependent on the level of concentration in the industry and the diversity of products within each sector. For this report on housewares (giftwares), 50 questionnaires were completed.

Interview Results

For the 50 respondents interviewed, Table 1, below, illustrates the major products imported.

Table 1

Product	No. of Respondents Reporting Product as Major Import
Crystal Stemware	12
Tableware, nes*	11
Glass Stemware other than Crystal	10
Kitchen Cutlery, nes	8
Ceramic Tableware, nes	5

Table 2 illustrates the major exporting countries supplying the U.S. importers surveyed, the number of respondents supplied by each country and the overall level of satisfaction of the

* not elsewhere specified

importers for their suppliers. A fuller presentation of these results for all countries supplying products to the respondents is provided in Appendix 8.

Table 2

Country of Origin	Number of Respondents Being Supplied	Average Level of Satisfaction (Max 5.0)
Taiwan	25	3.8
Japan	17	4.4
Hong Kong	13	4.2
Italy	13	4.0
South Korea	11	4.4
West Germany	7	4.7
China	6	4.0

As Table 2 illustrates, U.S. importers are generally quite satisfied with their current suppliers. Of the 128 supplier-buyer relationships reported by U.S. importers, only five cases of dissatisfaction were noted. Reasons for dissatisfaction included quality problems, high prices and delays in delivery. While Canada was mentioned by only two U.S. importers, these two were very satisfied with their Canadian supplier. Reasons given for importing housewares (giftwares) included:

- lower prices (51.2% of respondents);
- not available in the United States (44.2% of respondents);
- superior quality (14.0% of respondents);
- supplementary supply for domestic sources (7% of respondents).

Nearly 84% of respondents reported that the decline in the value of the U.S. dollar had increased the cost of their imports, while the remainder were unsure of the effect of devaluation or felt it had no impact on their costs. While only one-third of respondents had ever tried Canadian sources of housewares, two-thirds expressed an interest in learning about Canadian suppliers and their product offerings. Brochures were the preferred means of receiving preliminary company and product information (mentioned by 95% of respondents), while industry publications (44%) and trade fairs (28.2%) are other important sources. When asked which information sources were key

to the purchase decision, frequent responses were that recommendations from personal contacts and information obtained at trade fairs were the most important.

With respect to the impact of the Canada-U.S. Free Trade Agreement, 31.6% felt that it would result in greater purchases of Canadian housewares, while 36.8% felt the Agreement would have no effect, and the remainder were unsure of its impact. None of those interviewed felt that a Free Trade Agreement would lead to a decline in U.S. imports of housewares (giftwares) from Canada.

While a large percentage of respondents were interested in hearing from Canadian suppliers in general, a number indicated that they would like to investigate Canadian suppliers' offerings of specific products. These are:

- **Gorhan Co.** would like to hear from Canadian suppliers of crystal, porcelain, and stainless steel;
- **Little-Jones Inc.** is searching for sources of high quality oriental ceramics;
- **Rite Lite Novelty Co.** would like to hear from companies that can provide them with finished brass and ceramic giftware;
- **Specialty Merchandise Corp.** is seeking sources of brassware, porcelain and plastic houseware;
- **United China and Glass Co.** is actively seeking sources of supply for terra cotta products.

More information on these companies is found in Appendix 1, and a listing of U.S. importers who are interested in Canadian sources of supply of housewares (giftwares) in general is found in Appendix 2.

SURVEY OF U.S. ASSOCIATIONS

Three U.S. industry associations were contacted in order to supplement information provided by individual importers and to provide an industry perspective on trade in the housewares and giftwares industry. The industry associations contacted and their mandates are as follows:

- American Brush Manufacturers Association (ABMA) works to advance and legitimize domestic manufacturing of brushes and other related products;

- China, Glass and Giftware Association (CGGA) undertakes organizing activities for members and sponsors various industry trade shows;

- Cookware Manufacturers Association (CMA) comprises domestic cookware manufacturers. Its activities include the collection and dissemination of industry statistics and the planning of industry related meetings and conventions.

The associations were interviewed to provide the following information:

- market trends for the housewares and giftwares industry;

- the effect of the devaluation of the U.S. dollar on trade in the U.S. housewares and giftwares industry;

- major industry trade fairs;

- major industry publications;

- the potential effect of Free Trade on Canada - U.S. trade in housewares and giftwares;

- their opinion on the strengths and weaknesses of the Canadian housewares and giftwares industry.

Interview Results

The associations, while unable to forecast a growth rate over the next five years, all responded that the housewares and giftwares industry outlook was positive. All agreed that the devalued U.S. dollar has reduced U.S. imports of the products under study and, at the same time, offered U.S. manufacturers an opportunity to increase exports of their products as they become more competitive.

The expectations regarding the impact of the Free Trade Agreement were mixed. From their specific industry perspectives, both the Cookware Manufacturers Association (CMA) and the China, Glass and Giftware Association (CGGA) saw the agreement having a limited impact on U.S. manufacturers. The American Brush Manufacturers Association (ABMA), however,

perceives the agreement to be beneficial. The ABMA pointed to similarities between Canada and the United States and noted that in addition to the tariff reductions, low transportation costs should help to stimulate trade.

The associations were able to provide details on industry trade fairs which they sponsored, participated in, or which were frequently attended by their members. Leading industry publications were also provided by the associations. This information has been compiled in Appendix 9.

V - BACKGROUND

Several years ago, the United States was incurring modest trade deficits which were offset by more than $140 billion (U.S.) in payments from abroad on U.S. foreign investments. The U.S. budget was usually in deficit, but this was again more than offset by domestic savings. The net effect was a positive current account balance.

As the U.S. economy picked up steam after the 1981-82 recession, demand rose faster than output. Imports increased drastically to fill the gap. By the end of 1983, the trade deficit had ballooned to nearly $69 billion (U.S.). These events continued into 1985 resulting in a trade deficit of $148 billion (U.S.). The federal budget deficit more than doubled as a share of GNP, and savings fell to record lows.

Under this pressure, the U.S. dollar began to lose value on the international exchange market. By the end of 1987, the U.S. dollar lost 48% of its value against the Japanese yen, 48% against the German mark, 44% against the Danish krona, 43% against the French franc and 39% against the Italian lira. In fact, the U.S. dollar had fallen against all major western industrialized countries except Canada. By the end of 1987, the trade deficit reached a record $171 billion (U.S.), as import prices rose faster than the fall in import volumes.

The 1988 third quarter figures show the value of U.S. currency stabilizing relative to most western industrialized countries. The past currency adjustments are only slowly being translated into changes in trade patterns. Exporters to the United States who were able to pare their profits for many months have been forced to raise prices. No immediate changes were reflected in the trade figures, as the dollar volumes were maintained while the unit volumes dropped.

The 1988 trade deficit estimates ($125 billion [U.S.]) suggest that the realignment of currencies is finally having the desired effect. Stubbornly high imports seem to be responding to the weaker U.S. dollar. However, some analysts believe that the U.S. dollar must fall further in order to get the trade deficit below the $100 billion (U.S.) level.

While the Canadian dollar has strengthened recently against the U.S. dollar, its value, for the most part, has moved in parallel with the value of the U.S. dollar relative to other international currencies. These developments should help stimulate two-way trade between Canada and the

United States. The increased value of developed country currencies against North American currencies should increase the opportunities for Canadian manufacturers and service suppliers to sell into the United States, and likewise for U.S. manufacturers and service industries to sell into Canada.

STUDY APPROACH

The overall study approach for analyzing the opportunities for Canadian suppliers to replace European and Japanese imports into the United States started at a fairly high level of product aggregation for all U.S. imports. Through the application of selection criteria, the focus of the analysis was progressively narrowed to those opportunities at the lowest available level of product disaggregation that would most likely result in increased Canadian exports into the U.S. market. The progression also involved moving from the identification of such opportunities, using statistical analysis, to substantiating the opportunities through interviews with representatives of U.S. purchasers of imports from developed countries.

In determining export opportunities for Canadian suppliers, U.S. import statistics were assembled for the years 1981 through to 1985. A five-year time period was chosen in order to distinguish between "established" import markets and "temporary" import markets. Where imports of European and Japanese goods into the United States have had sustained volumes over a period of several years, it is less likely that these imports represent a short-term phenomenon or that U.S. purchasers would be able to quickly change their sourcing to domestic suppliers. For the initial screening, U.S. Schedule A import statistics were compiled at the 4-digit level.

All U.S. imports (at the 4-digit level) from developed countries with import values exceeding one million dollars (U.S.) were identified for the selected years and placed in descending order of value. From this list, the U.S. Trade, Tourism and Investment Development Bureau initially chose 26 for further analysis. Each commodity was broken down into a finer level of classification, the 7-digit level, and an investigation made to determine whether there existed any Canadian firms that produced similar products and could pursue the opportunities which may be uncovered. The expansion of the Schedule A codes from the 4-digit level to the 7-digit level was fairly straightforward, and a listing of these commodities and their import customs value was prepared for 1986. The Canadian firms were identified by accessing the Department of External Affairs' WIN database. This computerized database, accessible at all major posts abroad, contains

information on Canadian manufacturers and the products they produce. It should be noted that although the WIN database is not yet complete, it is sufficiently advanced for the purposes of this study.

From this list, those products or product groupings having combined Japanese, European and Canadian imports of over $80 million (U.S.) in 1986 were identified for further analysis. Following consultation with industry and government officials with expertise in each sector, other products and product groups which did not meet the above criteria were added to the sector where there appeared to be significant commercial interest to have them included. Some products and product groups were deleted because there was insufficient commercial interest in them.

The next stage in the analysis was to identify major U.S. importers of the commodities selected, to develop a questionnaire and to interview the importers. A questionnaire was designed to determine, for each company contacted:

- What were the major products being imported?
- What were the countries of origin of these imports? What was their level of satisfaction with each of their suppliers?
- Why were domestic products not used?
- What effect did the devaluation of the U.S. dollar have on the price of the imports?
- Were Canadian sources ever used? If so, were they satisfied with Canadian suppliers?
- Would the company be interested in knowing more about Canadian sources of supply?
- How would they like to receive information from Canadian suppliers? What information sources do they use to make purchasing decisions?
- Are there any seasonal patterns in purchasing?
- Do the companies face barriers to sourcing from Canada?
- Will a Free Trade Agreement between Canada and the United States affect their purchasing policy?

Telephone interviews were conducted with major importers and, when requested, questionnaires were mailed out.

It was recognized that there were a variety of reasons why, in certain situations, the rise in price of imported goods would not translate into significant opportunities for Canadians to export into the U.S. market. These included:

- Other attributes of the commodity outweigh considerations of price, i.e., quality, design, etc.;
- The commodity is an input into a final product, and the value of the input relative to the final product is minimal;
- A long-term supply relationship has been established between the U.S. purchaser and current exporters whereby the U.S. customer relies on the exporter's proven ability to respond quickly to needed changes;
- The U.S. purchaser is a captive customer of the parent company;
- The U.S. purchaser is restricted by licence from buying other suppliers' goods;
- Domestic sourcing is a viable option;
- The imported commodity is a luxury good with relatively non-price-sensitive demand.

Therefore, the questionnaire was also designed to determine the extent to which these and other factors may restrict the opportunities identified by the statistical analysis.

Following the importer survey, U.S. associations representing the industry were interviewed to obtain information on a sectoral basis. These associations provided information on:

- The market trends for the industry;
- The effect of the devaluation of the U.S. dollar on the industry;
- The potential effect of Free Trade on Canada-U.S. trade for the industry;
- Their opinion of the strengths and weaknesses of the Canadian industry.

The results of all these steps were summarized in a draft report for each sector and submitted for review to an industry expert, the relevant Canadian industry association(s) and the ISTC official responsible for the sector.

APPENDIX 1

U.S. IMPORTERS SEEKING SOURCES OF SUPPLY FOR SPECIFIC PRODUCTS

Name:	Branch Avenue Tool Service
Address:	6700 Branch Avenue Tampa, FL 33604 U.S.A.
Contact:	Mr. Gidon Jacot, Owner
Telephone:	813-232-0401

- Not presently importing any products.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers personal contact by the Canadian firm or brochures.
- Actively seeking sources of supply for hand files (mill files) which are flat, very hard and heat tempered to be used on formica.

Name:	Coast Cutlery
Address:	609 S.E. Ankeny
	Portland, OR 97214
	U.S.A.
Contact:	Mr. David Brands, President
Telephone:	503-234-4545
Fax:	503-234-4422

- Imports sporting knives, kitchen cutlery and gadgets from West Germany, Switzerland, Japan, Italy and Taiwan.
- Obtains information from trade fairs, industry publications and past contacts to aid in purchasing decisions.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers contact by mail or person from the company, by industry publications and/or a visit to the Canadian firm and its facilities.
- Reads *Industry* Magazine, *German Trade News*, *European Trade News* and *China Trade Journal*.
- Actively seeking sources of supply for kitchen cutlery, stainless steel flatware and pocket knives.

Name:	Corbell Imports Inc.
Address:	1535 South Sepulveda Los Angeles, CA 90025 U.S.A.
Contact:	Mr. Lawrence Corbell, Co-Owner
Telephone:	213-477-7505
Fax:	213-478-7088

- Imports giftware, silver plated giftware and antiques wholesale from Japan, Taiwan, India, England and France.
- Industry publications are used to aid in purchasing decisions.
- Has never tried Canadian sources.
- Actively seeking sources of supply for silver plates.
- Requires this information to be kept strictly confidential.
- Does not wish to be contacted by any company; however, would like a catalogue with a price list of Canadian silver plate manufacturers.

Name:	Gorhan
Address:	P.O. Box 6150 Providence, RI 02490 U.S.A.
Contact:	Ms. Fran King, Purchasing Manager
Telephone:	401-946-6300
Fax:	401-681-4071

- Imports crystal, china and gift items from Yugoslavia, West Germany, Taiwan and Japan.
- Price is a significant consideration in the decision to import.
- Obtains information from trade fairs and industry publications to aid in purchasing decisions.
- Makes purchases quarterly - during March, June, September and December.
- Has been neither satisfied nor dissatisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm, via brochures, trade fairs, or personal contact and/or to visit the Canadian company and its facilities.
- Attends major European and Japanese shows and participates in the Table Top Show.
- Actively seeking sources of supply for crystal, porcelain, and stainless steel giftware.

Name:	Little-Jones Inc.
Address:	2715 E. 12th Street Los Angeles, CA 90023 U.S.A.
Contact:	Mr. Steven Urushima, Purchasing Manager
Telephone:	213-264-3400
Telex:	272830 LILSA

- Imports porcelainware and oriental vases from Japan and China.
- Price and availability are significant considerations in the decision to import.
- Recommendations from personal contact aid in purchasing decisions.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers brochures from the Canadian firm.
- Actively seeking sources of supply for high quality oriental ceramics.

Name:	Rite Lite Novelty Co.
Address:	260 - 47th Street Brooklyn, NY 11220 U.S.A.
Contact:	Mr. Alex Rosenthal, President
Telephone:	718-439-6900
Fax:	718-439-5917

- Imports religious items, such as candles, from Israel and India.
- Price is a significant consideration in the decision to import.
- Obtains information from industry publications to aid in purchasing decisions.
- Has been satisfied with Canadian products.
- Prefers to be contacted by the Canadian firm via brochures and industry publications and/or to visit the Canadian company and its facilities.
- Reads *Purchasing* magazine.
- Actively seeking sources of supply for finished brass and ceramic giftware.

Name:	Specialty Merchandise Corp.
Address:	9401 Desoto Avenue Chatsworth, CA 91311 U.S.A.
Contact:	Mr. Michael Chang, Purchasing Director
Telephone:	818-998-3300
Fax:	818-709-5535

- Has used Canadian sources.
- Prefers to receive information on a Canadian firm in any form except via participation in trade fairs.
- Reads *Purchasing* magazine.
- Actively seeking sources of supply for brassware, porcelain and plastic houseware.

Name:	United China and Glass Co.
Address:	4500 Tchoupitoulas New Orleans, LA 70115 U.S.A.
Contact:	Mr. Heinz, Purchasing Manager
Telephone:	504-891-5881
Fax:	504-895-1452
Telex:	266022

- Imports tablecloths, glassware and terra cotta planters from Taiwan.
- Price and availability are significant considerations in the decision to import.
- Recommendations from personal contact aid in purchasing decisions.
- Has never tried Canadian products.
- Prefers brochures directly from the Canadian firm.
- Actively seeking sources of supply for terra cotta products.

APPENDIX 2

U.S. IMPORTERS GENERALLY SEEKING SOURCES OF SUPPLY

U.S. IMPORTERS SURVEYED

Company:	Acme United Corporation
Address:	425 Post Road Fairfield, CT 06430
Contact:	Mr. Frank Skoda
Title:	Materials Manager
Telephone:	203-255-2744
Telex/Fax:	203-254-0002 (Fax)

Company:	Admiral Craft Equipment Corp.
Address:	131 - 05 Fowler Avenue Flushing, NY 11355
Contact:	Mr. David Wasserman
Title:	Purchasing
Telephone:	718-539-8700
Telex/Fax:	718-539-8732 (Fax)

Company:	Albert Kessler & Co.
Address:	1355 Market Street San Francisco, CA 94103
Contact:	Mr. Richard M. Reed
Title:	Director
Telephone:	415-621-4000
Telex/Fax:	470109 (Telex)

Company:	Alfa International Corp.
Address:	421 Waverly Avenue Mamaroneck, NY 10543
Contact:	Mr. Jim Garson
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	914-698-5858
Telex/Fax:	131285 (Telex) 914-698-0578 (Fax)

Company:	Allen-Lewis Co.
Address:	5601 Logan Denver, CO 80216
Contact:	Mr. Frank Garlett
Title:	Purchasing Manager
Telephone:	303-295-0196
Telex/Fax:	454548 Allen-Lewis DVR (Telex) 303-296-3912 (Fax)

Company:	American Commercial
Address:	1 Gilbert Drive Secaucus, NJ 07096-1549
Contact:	Mr. Stan Meehan
Title:	Vice-President
Telephone:	201-867-9210
Telex/Fax:	128223 (Telex) 201-867-0457 (Fax)

Company:	Arango Inc.
Address:	7519 Dedeland Mall Miami, FL 33156
Contact:	Ms. Maureen Zaremba
Title:	Secretary
Telephone:	305-661-4229
Telex/Fax:	285847 (Telex)

Company:	The B&F System Inc.
Address:	P.O. Box 660036 Dallas, TX 75266
Contact:	Ms. Donna Prikle
Title:	Import Manager
Telephone:	214-333-2111
Telex/Fax:	214-333-2137 (Fax)

Company:	Branch Avenue Tool Service
Address:	6700 Branch Avenue Tampa, FL 33604
Contact:	Mr. Gidon Jacot
Title:	Owner
Telephone:	813-232-0401

Company:	Chadwick-Miller Inc.
Address:	P.O. Box 515, 300 Turnpike St. Canton, MA 02021
Contact:	Mr. Gary Miller
Title:	President
Telephone:	617-828-8300
Telex/Fax:	174297 CWKCN (Telex)

Company:	Chapman Importing
Address:	481 West Main Street Avon, MA 02322
Contact:	Mr. Charles A. Reingold
Title:	Director/Manager
Telephone:	617-588-3200
Telex/Fax:	924499 (Telex)

Company:	Coast Cutlery
Address:	609 S.E. Ankeny Portland, OR 97214
Contact:	Mr. David Brands
Title:	President
Telephone:	503-234-4545
Telex/Fax:	503-234-4422 (Fax)

Company: Corbell Imports Inc.
Address: 1535 South Sepulveda
Los Angeles, CA 90025
Contact: Mr. Lawrence Corbell
Title: Co-Owner
Telephone: 213-477-7505
Telex/Fax: 213-478-7088

Company: Corning Glass Works
Address: 1200 S. Antrim Way
Greencastle, PA 17225
Contact: Ms. Susie Shatzer
Title: Buyer
Telephone: 717-597-6296
Telex/Fax: 717-597-6286

Company: Crown Corning
Address: 6500 E. Olympic
Los Angeles, CA 90022
Contact: Mr. E. Klamp
Title: Manager, New Products Development
Telephone: 213-725-0870
Telex/Fax: 213-725-3568 (Fax)

Company: Davpol Enterprises Inc.
Address: 267 - 9 LaFayette Street
New York, NY 10012
Contact: Mr. Murry Handwohl
Title: Vice-President
Telephone: 212-966-4242
Telex/Fax: 212-941-8483 (Fax)

Company: Decorative Crafts Inc.
Address: P.O. Box 4308
Greenwich, CT 06830
Contact: Ms. Joan Martin
Title: Assistant to the President
Telephone: 203-531-1500
Telex/Fax: 643531 (Telex)
203-531-1590 (Fax)

Company: Design Imports Ltd.
Address: P.O. Box 9363
Providence, RI 02940
Contact: Ms. Ann E. Capuano
Title: Owner
Telephone: 401-723-1990
Telex/Fax: 401-726-2770 (Fax)

Company: Glashaus
Address: 514 W. Golf Road
Arlington Hgt., IL 60005
Contact: Mr. Norbert Kunz
Title: President
Telephone: 312-640-6910
Telex/Fax: 312-640-6955 (Fax)

Company: Goldman & Morgan Inc.
Address: 1140 Broadway
New York, NY 10001
Contact: Mr. Stanley Golden
Title: President
Telephone: 212-725-9100
Telex/Fax: 420217 (Telex)

Company: Gorhan
Address: P.O. Box 6150
Providence, RI 02490
Contact: Ms. Fran King
Title: Purchasing Manager
Telephone: 401-946-6300
Telex/Fax: 401-681-4071 (Fax)

Company: Hart Stores Inc.
Address: 7710 W. Goodale Blvd.
Columbus, OH 43212
Contact: Mr. Cravens
Title: Director
Telephone: 614-464-6542
Telex/Fax: 614-464-6594 (Fax)

Company: Higbee Co.
Address: 100 Public Square
Cleveland, OH 44113
Contact: Ms. Diane Brumbourgh
Title: Housewares Buyer
Telephone: 216-579-2580
Telex/Fax: 216-579-3648 (Fax)

Company: Jay Imports
Address: 224 - 5th Avenue
New York, NY 10001
Contact: Mr. Harry Jay
Title: President
Telephone: 212-683-2727
Telex/Fax: 212-686-1703 (Fax)

Company: Jenifer House
Address: Stockbridge Road
Great Barrington, MA 01230
Contact: Mr. Karl K. Lipsky
Title: Director
Telephone: 413-528-1500
Telex/Fax: 413-528-9369 (Fax)

Company: Little-Jones Inc.
Address: 2715 E. 12th Street
Los Angeles, CA 90023
Contact: Mr. Steven Urushima
Title: Purchasing Manager
Telephone: 213-264-3400
Telex/Fax: 272830 LILSA (Telex)

Company: Malco Industries
Address: 68 Vine Street
Everett, MA 02149
Contact: Mr. Alfred T. Goldstein
Title: President
Telephone: 617-389-2700

Company: Newcor
Address: 4100 Commercial
Northbrook, IL 60062
Contact: Ms. Lynda Wagner
Title: Traffic Manager
Telephone: 312-564-6800

Company: Norcrest China Co.
Address: 5 N.W. Front Avenue
Portland, OR 97209
Contact: Mr. Samuel Naito
Title: Director
Telephone: 503-228-7404
Telex/Fax: 360204 (Telex)

Company: Norpro
Address: 6306 - 215 St. S.W.
Mountlake, Terrace WA 98043
Contact: Mr. Steve Scott
Title: Vice-President Sales
Telephone: 206-771-3717
Telex/Fax: 493 0603 (Telex)
206-771-0880 (Fax)

Company: Oriental Imports
Address: P.O. Box 2091
Mobile, AL 36652
Contact: Mrs. Vera Ward
Title: Secretary/Treasurer
Telephone: 205-626-1049

Company: Rite Lite Novelty Co.
Address: 260 - 47th Street
Brooklyn, NY 11220
Contact: Mr. Alex Rosenthal
Title: President
Telephone: 718-439-6900
Telex/Fax: 718-439-5917 (Fax)

Company: Salem China
Address: P.O. Box 110,
100 South Broadway
Salem, OH 44460
Contact: Ms. Carolyn Brubacker
Title: Executive Assistant to President
Telephone: 216-337-8771
Telex/Fax: 216-337-8775 (Fax)

Company: Specialty Merchandise Corp.
Address: 9401 Desoto Avenue
Chatsworth, CA 91311
Contact: Mr. Michael Chang
Title: Purchasing Director
Telephone: 818-998-3300
Telex/Fax: 818-709-5535 (Fax)

Company: United China and Glass Co.
Address: 4500 Tchoupitoulas
New Orleans, LA 70115
Contact: Mr. Heinz
Title: Purchasing Manager
Telephone: 504-891-5881
Telex/Fax: 266022 (Telex)
504-895-1452 (Fax)

Company: Wittur & Co.
Address: P.O. Box 1277
Evanston, IL 60204
Contact: Mr. Daniel M. Price
Title: Chairman of the Board
Telephone: 312-328-2000
Telex/Fax: 910-231-0871 (Telex)
312-328-2093 (Fax)

SELECTED U.S. POST CONTACTS

Company: Action Industries Incorporated
Address: 460 Nixon Road
Cheswick, PA 15024
Contact: Mr. Jack Golla
Title: Import Manager
Telephone: 412-782-4800
Telex/Fax:

Company: Affiliated Drug Stores
Address: 15 East 26th Street
New York, NY 10010
Contact: Mr. Don Vanecek
Title:
Telephone: 212-889-1560
Telex/Fax:

Company: Alan Spigelman Southwest Incorporated
Address: 1333 Dallas Trade Mart
2100 Stemmons Freeway
Dallas, TX 75207
Contact:
Title:
Telephone: 214-749-0661
Telex/Fax:

Company: Arnmar Sales
Address: 6966 Pebble Creek Woods Drive
West Bloomfield, MI 48322
Contact: Mr. Arnold Schwartz
Title:
Telephone: 313-626-8474
Telex/Fax:

Company: B.A. Pargh Company Incorporated
Address: 1283 Murfreesboro Road
Nashville, TN 37217
Contact: Mr. David R. Selfert
Title: Vice-President
Telephone: 615-366-3000
Telex/Fax:

Company: Bob Scott Incorporated
Address: P.O. Box 6739
Jacksonville, FL 32205
Contact: Mr. Bob Scott
Title: President
Telephone: 904-387-3552
Telex/Fax:

Company: Bradlee's
Address: One Bradlee's Circle
Braintree, MA 02184
Contact:
Title:
Telephone: 617-770-8000
Telex/Fax:

Company: Branden's
Address: Interchange Tower, Suite 450
600 County Road 18
St. Louis Park, MN 55426
Contact: Ms. Gretchen Seitz
Title:
Telephone: 612-540-8300
Telex/Fax:

Company: Caldor Incorporated
Address: 20 Glover Avenue
Norwalk, CT 06852
Contact: Mr. Mark Heiberger
Title:
Telephone: 203-846-1641
Telex/Fax:

Company: Dayton's
Address: 700 Nicollet Mall
Minneapolis, MN 55402
Contact:
Title:
Telephone: 612-375-2200
Telex/Fax:

Company: Fayette Distributing Corporation
Address: 1153 W. Fayette Street
Syracuse, NY 13204
Contact: Mr. Carl Webster
Title:
Telephone: 315-475-9955
Telex/Fax:

Company: Filene's
Address: 426 Washington Street
Washington, MA 02101
Contact:
Title:
Telephone: 617-357-2100
Telex/Fax:

Company: Hammacher Schlemmer
Address: 147 East 57th Street
New York, NY 10022
Contact: Mr. Edward Mannix
Title:
Telephone: 212-421-9000
Telex/Fax:

Company: Hart Stores Incorporated
Address: 770 W. Goodale Boulevard
Columbus, OH 43212
Contact: Mr. Michael Reilly
Title: Head Buyer
Telephone: 614-464-6506
Telex/Fax:

Company: Heatcho Distributing Incorporated
Address: 1930 - 6th Ave. S., Suite 402
Seattle, WA 98104
Contact: Mr. Jace Lovelass
Title:
Telephone: 206-628-0993
Telex/Fax:

Company: Herb Teichman Associates
Address: 2840 Greenbrook Trail
Atlanta, GA 30345
Contact: Mr. Herb Teichman
Title: President
Telephone: 404-636-4178
Telex/Fax:

Company: Hutzlers
Address: 1 Market Center
Baltimore, MD 21201
Contact: Mr. David Barnes
Title: Buyer
Telephone: 301-727-1234
Telex/Fax:

Company: Jerris-Mounds Incorporated
Address: 1000 Kieley Place
Cincinnati, OH 45217
Contact: Mr. William McEwan
Title: Purchasing Agent
Telephone: 513-242-7000
Telex/Fax:

Company: Joe Rebo & Assoc. Incorporated
Address: P.O. Box 9235
Greensboro, NC 27408
Contact: Mr. Joe Rebo
Title: President
Telephone: 919-288-3891
Telex/Fax:

Company: Jordan Marsh
Address: 450 Washington Street
Boston, MA 02205
Contact:
Title:
Telephone: 617-357-3000
Telex/Fax:

Company: Kaufmann's Department Store
Address: Fifth & Smithfield
Pittsburgh, PA 15222
Contact: Mr. Tony Buccina
Title: General Merchandise Manager
Telephone: 412-232-2000
Telex/Fax:

Company: Kitchen Bazaar
Address: 4455 Connecticut Avenue N.W.
Washington, D.C. 20008
Contact: Ms. Pam Landy & Ms. Judy Labeski
Title: Buyers
Telephone: 202-363-4600
Telex/Fax:

Company: The Kitchen Shop
Address: 314 Maple Avenue W.
Vienna, VA 22180
Contact: Ms. Anne Martin
Title: Owner & Buyer
Telephone: 703-281-6658
Telex/Fax:

Company: Lechmere
Address: 275 Wildwood Street
Woburn, MA 01801
Contact:
Title:
Telephone: 617-935-8320
Telex/Fax:

Company: Manar Sales Company
Address: 5606 - 6th Avenue S., Suite 402
Seattle, WA 98101
Contact: Mr. Jim Ruben
Title:
Telephone: 206-763-3751
Telex/Fax:

Company: Marketforce Incorporated
Address: 2014 Broadway
Nashville, TN 37208
Contact: Mr. Leonard H. Wurzel
Title:
Telephone: 615-321-0073
Telex/Fax:

Company: The May Company
Address: 1120 Avenue of the Americas
New York, NY 10036
Contact: Mr. Jack Reeves
Title: Vice-President
Telephone: 212-704-2600
Telex/Fax:

Company: McFarland Fox & Briggs
Address: 38 Sudbury Lane
Williamsville, NY 14221
Contact: Mr. Robert McFarland
Title:
Telephone: 716-634-3610
Telex/Fax:

Company: Nichols Sales Associates
Address: 2450 Commercial Drive
Auburn Hills, MI 48057
Contact: Mr. Ronald Nichols
Title: 313-373-3383
Telephone:
Telex/Fax:

Company: Nor-Pro
Address: 6306 - 215th Street S.W.
Mountlake Terrace, WA 98043
Contact: Mr. Gunnar Lie
Title: President
Telephone: 206-771-3717
Telex/Fax:

Company: Our Own Hardware
Address: 2300 West Highway 13
Burnsville, MN 55337
Contact: Mr. Geri Peterson
Title: Buying Markets Coordinator
Telephone: 612-890-2700
Telex/Fax:

Company: Philadelphia Sales Company
Address: 90 Clinton Avenue
Binghamton, NY 13905
Contact: Mr. Joseph Stein
Title:
Telephone: 607-723-5481
Telex/Fax:

Company: Repping One of Upstate NY
Address: 300 Delaware Avenue, Suite 101
Buffalo, NY 14202
Contact: Mr. George Hain
Title:
Telephone: 716-842-2234
Telex/Fax:

Company: Schenk & Higgins Associates
Address: 19138 W. 10 Mile Road
Southfield, MI 48075
Contact: Mr. W. Higgins
Title:
Telephone: 313-353-7377
Telex/Fax:

Company: Southern Sales Assoc. Incorporated
Address: 2025 W. Alabama
Houston, TX 77098
Contact: Ms. Clara W. Dworsky
Title:
Telephone: 713-523-7060
Telex/Fax:

Company: Specialty House
Address: 57 Fourteenth Street N.E.
Atlanta, GA 30309
Contact: Mr. Si Londe
Title: President
Telephone: 404-872-3874
Telex/Fax:

Company: Stock & Wares Incorporated
Address: 1610 Chestnut Street
Philadelphia, PA 19103
Contact: Mr. Peter Tarantino
Title: Owner & Buyer
Telephone: 215-563-5257
Telex/Fax:

Company: Target Stores
Address: P.O. Box 1392
Minneapolis, MN 55440
Contact:
Title:
Telephone: 612-370-6073
Telex/Fax:

Company: Trendlines Incorporated
Address: P.O. Box 1707
Mission, KS 66205
Contact: Mr. Todd Dollinger
Title:
Telephone: 913-383-2950
Telex/Fax:

Company: Walls Incorporated
Address: 924 Montclair Road
Birmingham, AL 35213
Contact: Mr. A.J. Walls
Title: President
Telephone: 205-591-5915
Telex/Fax:

Company: Zayre
Address: 30 Speen Street
Framingham, MA 01701
Contact:
Title:
Telephone: 617-620-3776
Telex/Fax:

APPENDIX 3

1987 IMPORTS OF HOUSEWARES (GIFTWARES)

(Schedule A 665.3, 666.4, 666.5)

APPENDIX 3

HOUSEWARES (GIFTWARES)
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
Total of all items in bold type which are the focus of this study	**1,264,903**	**2,115**	**278,383**	**338,123**	**646,282**
Total of all items in standard type which are relevant to the study	322,415	3,198	179,659	36,581	102,977
Total of all items in italics which are not related to the sector	*204,517*	*5,822*	*57,705*	*18,124*	*122,866*

665.3 Glass Articles, Nspf*, Including Imitation Gem Stones
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
6653100	*Glassware, pharmaceutical, hygienic, laboratory, and glass ampoules*	*31,801*	*1,195*	*22,224*	*1,756*	*6,626*
6653901	Glassware, containing by weight over 24 percent lead monoxide, valued not over $1 each	9,060	0	3,141	72	5,847
6653906	Glassware, containing over 24 percent lead monoxide, valued over $1, not over $3 each	49,380	62	38,442	617	10,259
6653911	**Glassware, containing over 24 percent lead monoxide, valued over $3 each**	**183,571**	**72**	**97,653**	**7,739**	**78,107**
6653920	Glassware, nspf, decorated with metal flecks, scenes, bubbles, etc.	4,886	0	3,008	0	1,878
6653932	*Gemstones, imitation, except beads*	*65,448*	*625*	*7,634*	*445*	*56,744*
6653936	*Pearls, imitation, and imitation pearl beads, not strung or set*	*6,273*	*0*	*613*	*3,290*	*2,370*
6653942	*Beads, bugles, and spangles, except pearl, ivory, or resin, nspf, not strung or set*	*19,784*	*0*	*2,361*	*547*	*16,876*
6653947	*Articles, nspf, of beads, bugles, spangles, imitation gemstones or combinations thereof*	*25,262*	*0*	*5,310*	*258*	*19,694*
6653951	Glassware, nspf, and articles of glass, nspf	27,673	1,114	21,386	516	4,657
6653960	Tumblers, glass, kitchen, cookware, etc., nspf, valued up to $3 each	106,773	1,771	45,021	6,001	53,980
6653970	Tumblers, glass, tableware, kitchenware, etc., nspf, valued over $3 each	68,580	251	33,905	9,564	24,860
6653980	*Gauge glasses, tubular or not, and other articles, nspf, of glass*	*55,949*	*4,002*	*19,563*	*11,828*	*20,556*

* not specifically provided for

666.4 Porcelain or China Household Ware
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
6664020	Bone chinaware, used for preparing, serving, or storing of food or beverages	56,063	0	34,756	19,811	1,496
6664040	**Nonbone chinaware, tableware, and household articles**	**444,330**	**779**	**70,678**	**134,288**	**238,585**

666.5 Earthenware or Stoneware Household Articles Except Ornamental Articles
1987 Imports (thousands of U.S. dollars)

Schedule A	Commodity Description	Total U.S. Imports	Canada	Europe	Japan	Other
6665025	Earthenware tableware	372,217	224	55,479	164,920	151,594
6665040	Smokers and household articles, nspf, of earthenware or stoneware	264,785	1,040	54,573	31,176	177,996

APPENDIX 4

DESCRIPTION OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)

DESCRIPTION OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)

Schedule A: **Glassware, containing over 24 percent lead monoxide, valued over $3 each**

CITC Concordance:

8506320	Stemware, crystal
8506340	Tumblers, crystal
8506430	Trays, tableware-type, cut glass
8673020	Bowls, decorative, glass, incl. cut glass
8673090	Art and decor ware, glass, including cut glass, nes*

Schedule A: **Nonbone chinaware, tableware, and household articles**

CITC Concordance:

8506230	Tableware, china/chinaware and porcelain
8672820	Bowls, decorative, china and porcelain
8672830	Figurines and statuettes china and porcelain
8672840	Planters, art and decor ware, china and porcelain
8672860	Plaques, wall, china and porcelain
8672890	Art and decorative ware, china and porcelain, nes

Schedule A: **Earthenware tableware**

CITC Concordance:

8506250	Tableware, earthenware, exc. teapots
8506260	Teapots, earthenware
8673221	Bowls, decorative, earthenware
8673250	Planters, earthenware, decorative ware
8675260	Vases, earthenware

Schedule A: **Smokers and household articles, nspf, of earthenware or stoneware**

CITC Concordance:

8503935	Crocks, jugs, refrigerator dishes, food storage
8664033	Ashtrays, except glass
9509950	Demijohns, earthenware

---

* not elsewhere specified

APPENDIX 5

1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES) FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

1987 U.S. IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES) FROM EUROPE AND JAPAN BY COUNTRY

(thousands of U.S. dollars)

COUNTRY	SCHEDULE A				TOTAL	%
	6653911	6664040	6665025	6665040		
Belgium - Luxembourg	3,712	7,058	265	-	11,035	0.87
Denmark	-	3,751	158	100	4,009	0.32
Finland	-	-	177	-	177	0.01
France	45,729	18,116	1,892	1,639	67,376	5.33
Italy	3,655	5,900	13,954	33,397	56,906	4.50
Netherlands	304	229	175	1,193	1,901	0.15
Norway	91	285	-	-	376	0.03
Spain	131	2,892	1,223	2,269	6,515	0.52
Sweden	7,189	72	296	-	7,557	0.60
Switzerland	68	556	143	184	951	0.08
United Kingdom	6,116	12,187	30,772	9,185	58,260	4.61
West Germany	30,658	19,632	6,424	6,606	63,320	5.01
Total for Europe	97,653	70,678	55,479	54,573	278,383	22.01
Japan	7,739	134,288	164,920	31,176	338,123	26.73
Total for Europe and Japan	105,392	204,966	220,399	85,749	616,506	48.74
Total Imports	183,571	444,330	372,217	264,785	1,264,903	

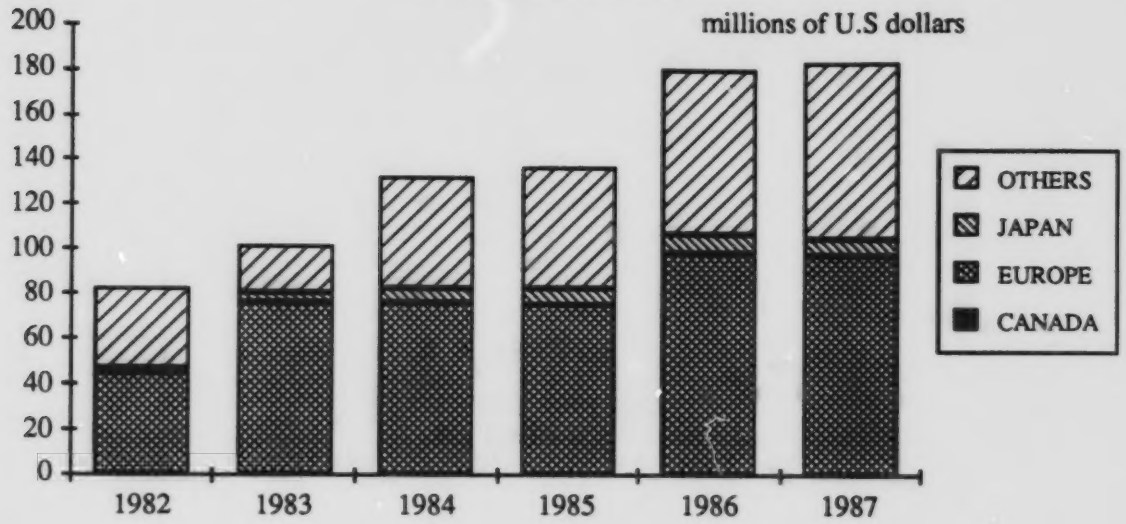
APPENDIX 6

1982 - 1987 IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)

U.S. IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)

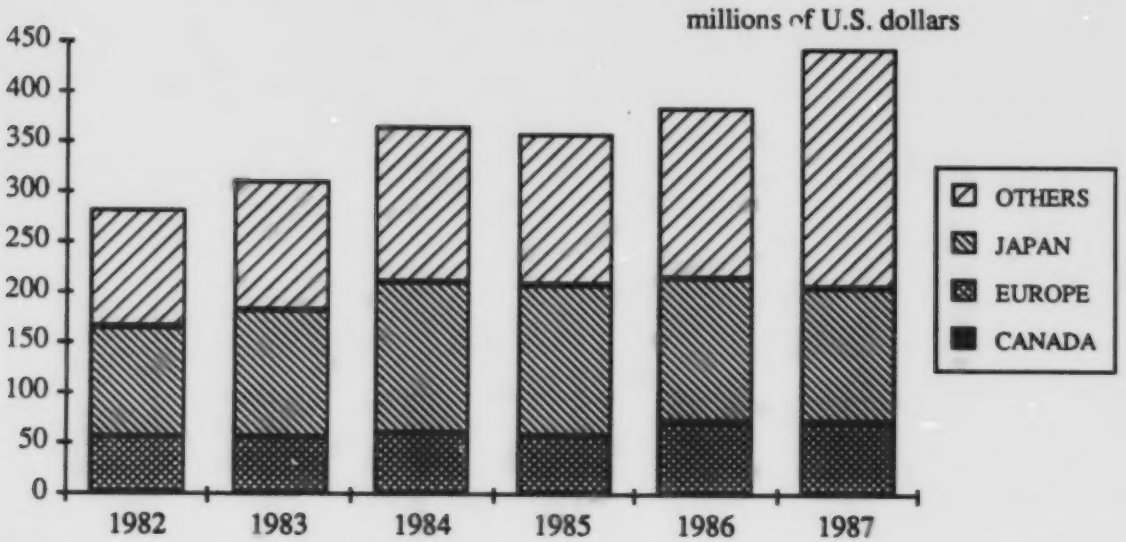
GLASSWARE, CONTAINING OVER 24 PERCENT LEAD MONOXIDE, VALUED OVER $3 EACH

SCHEDULE A 6653911



NONBONE CHINAWARE, TABLEWARE, AND HOUSEHOLD ARTICLES

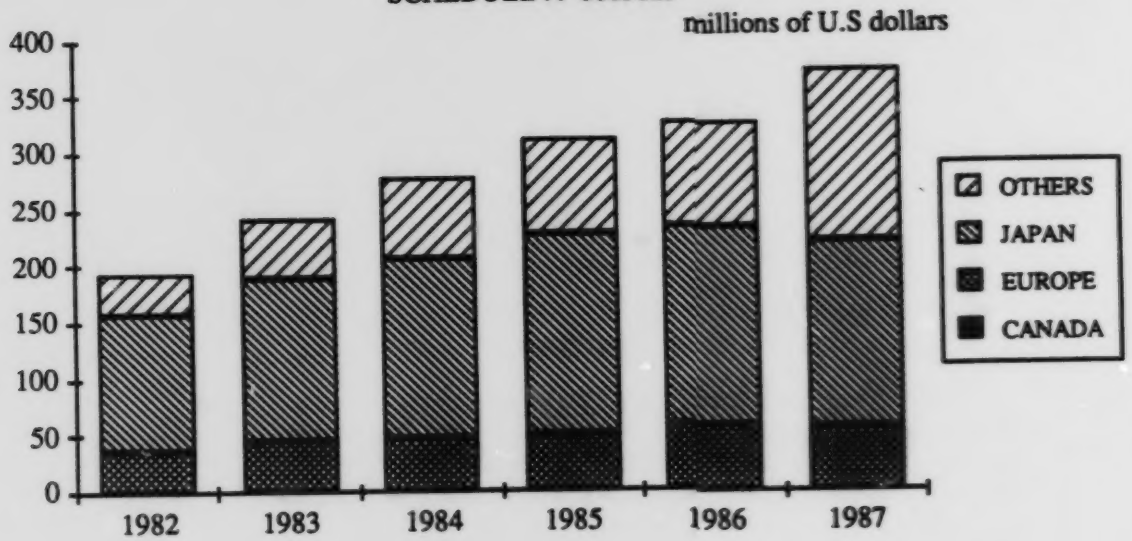
SCHEDULE A 6664040



U.S. IMPORTS OF SELECTED HOUSEWARES (GIFTWARES)

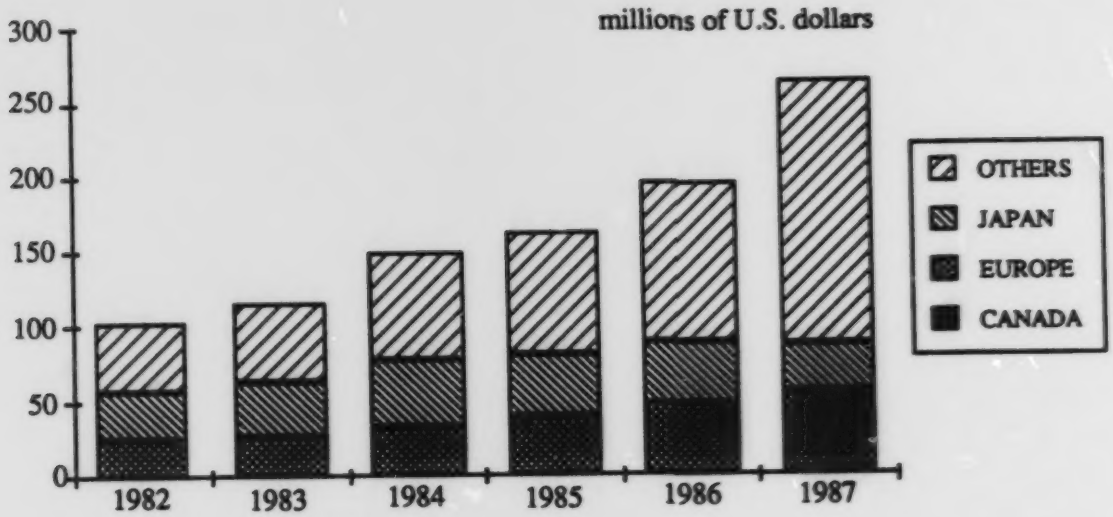
EARTHENWARE TABLEWARE

SCHEDULE A 6665025



SMOKERS AND HOUSEHOLD ARTICLES, NSPF*, OF EARTHENWARE OR STONEWARE

SCHEDULE A 6665040



* not specifically provided for

APPENDIX 7

CURRENT U.S. TARIFFS ON CANADIAN HOUSEWARES (GIFTWARES) AND SCHEDULE FOR THEIR REMOVAL UNDER THE FREE TRADE AGREEMENT

TARIFF ELIMINATION

1. Except as otherwise provided in this Agreement, each Party shall progressively eliminate its customs duties on goods originating in the territory of the other Party in accordance with the following schedule:

   A. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category A in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be eliminated entirely and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1989;

   B. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category B in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in five equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1993; and

   C. duties on goods provided for in each of the items designated as staging category C in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall be removed in ten equal annual stages commencing on January 1, 1989, and such goods shall be free of duty, effective January 1, 1998.

2. Except as otherwise provided in this Agreement, goods originating in the territory of the other Party that are provided for in each of the items designated as staging category D in each Party's Schedule contained in Annex 401.2 shall continue to receive existing duty-free treatment indicated therein for such goods.

Item	Article description	Base rate	Staging Category
6911	Tableware, kitchenware, other household articles and toilet articles, of porcelain or china:		
6911.10	Tableware and kitchenware:		
6911.10.10	Hotel and restaurant ware.....	35%	C
	Other:		
6911.10.20	Of bone chinaware.....	8%	C
6911 (con.)	Tableware, kitchenware, etc. (con.):		
6911.10 (con.)	Tableware and kitchenware (con.):		
	Other (con.):		
	Other:		
	Available in specified sets:		
6911.10.35	In any pattern for which the aggregate value of the articles listed in additional U.S. note 6(b) of this chapter is not over $56.....	26%	C
6911.10.39	In any pattern for which the aggregate value of the articles listed in additional U.S. note 6(b) of this chapter is over $56.....	8%	C
	Other:		
6911.10.41	Steins with permanently attached pewter lids, candy boxes, decanters, punch bowls, pretzel dishes, tidbit dishes, tiered servers, bonbon dishes, egg cups, spoons and spoon rests, oil and vinegar sets, tumblers and salt and pepper shaker sets..	9%	C
6911.10.45	Mugs and other steins.....	17.5%	C
6911.10.49	Cups valued over $8 per dozen; saucers valued over $5.25 per dozen; soups, oatmeals and cereals valued over $9.30 per dozen; plates not over 22.9 cm in maximum diameter and valued over $8.50 per dozen; plates over 22.9 but not over 27.9 cm in maximum diameter and valued over $11.50 per dozen; platters or chop dishes valued over $40 per dozen; sugars valued over $23 per dozen; creamers valued over $20 per dozen; and beverage servers valued over $50 per dozen.....	8%	C
6911.10.50	Other.....	26%	C
6911.90.00	Other.....	9%	C

Item	Article description	Base rate	Staging Category
6912.00	Ceramic tableware, kitchenware, other household articles and toilet articles, other than of porcelain or china:		
	Tableware and kitchenware:		
6912.00.10	Of coarse-grained earthenware, or of coarse-grained stoneware; of fine-grained earthenware, whether or not decorated, having a reddish-colored body and a lustrous glaze which, on teapots, may be any color, but which, on other articles, must be mottled, streaked, or solidly colored brown to black with metallic oxide or salt.....	1.4%	C
6912.00 (con.)	Ceramic tableware, kitchenware, etc. (con.):		
	Tableware and kitchenware (con.):		
	Other:		
6912.00.20	Hotel or restaurant ware.....	35%	C
	Other:		
	Available in specified sets:		
6912.00.35	In any pattern for which the aggregate value of the articles listed in additional U.S. note 6(b) of this chapter is not over $38.....	11.5%	C
6912.00.39	In any pattern for which the aggregate value of the articles listed in additional U.S. note 6(b) of this chapter is over $38.....	4.5%	C
	Other:		
6912.00.41	Steins with permanently attached pewter lids; candy boxes, decanters, punch bowls, pretzel dishes, tidbit dishes, tiered servers, bonbon dishes, egg cups, spoons and spoon rests, oil and vinegar sets, tumblers and salt and pepper shaker sets.....	5.5%	C
6912.00.44	Mugs and other steins.....	13.5%	C
6912.00.47	Cups valued over $5.25 per dozen; saucers valued over $3 per dozen; soups, oatmeals and cereals valued over $6 per dozen; plates not over 22.9 cm in maximum diameter and valued over $6 per dozen; plates over 22.9 but not over 27.9 cm in maximum diameter and valued over $8.50 per dozen; platters or chop dishes valued over $35 per dozen; sugars valued over $21 per dozen; creamers valued over $15 per dozen; and beverage servers valued over $42 per dozen.....	4.5%	C

Item	Article description	Base rate	Staging Category
6912.00.49	Other	11.5%	C
6912.00.50	Other	7%	C
6913	Statuettes and other ornamental ceramic articles:		
6913.10	Of porcelain or china:		
6913.10.10	Statues, statuettes and handmade flowers, valued over $2.50 each and produced by professional sculptors or directly from molds made from original models produced by professional sculptors	2.6%	C
	Other:		
6913.10.20	Of bone chinaware	6.6%	C
6913.10.50	Other	9%	C
6913 (con.)	Statuettes and other ornamental ceramic articles (con.):		
6913.90	Other:		
6913.90.10	Statues, statuettes and handmade flowers, valued over $2.50 each and produced by professional sculptors or directly from molds made from original models produced by professional sculptors	2.6%	C
	Other:		
6913.90.20	Of ceramic tile	4.2%	C
6913.90.30	Of earthenware, whether or not decorated, having a reddish-colored body and a lustrous glaze, and mottled, streaked or solidly colored brown to black with metallic oxide or salt	2.5%	C
6913.90.50	Other	7%	C
6914	Other ceramic articles:		
6914.10.00	Of porcelain or china	9%	C
6914.90.00	Other	8%	C
7013	Glassware of a kind used for table, kitchen, toilet, office, indoor decoration or similar purpose (other than that of heading 7010 or 7018):		
7013.10	of glass-ceramics:		
7013.10.10	Kitchenware, non-glazed, greater than 75 percent by volume crystaline, or lithium aluminosilicate, having a linear coefficient of expansion not exceeding 10 x 10^{-7} per Kelvin within a temperature range of 0°C to 300°C, transparent, haze-free, exhibiting transmittances of infrared radiations in excess of 75 percent at a wavelength of 2.5 microns when measured on a sample 3 mm in thickness, and containing beta-quartz solid solution as the predominant crystal phase	6.9%	A

Item	Article description	Base rate	Staging Category
7013(con.)	Glassware of a kind used for table, kitchen, etc.(con.):		
7013.10(con)	Of glass-ceramics (con.):		
7013.10.50	Other.....	26%	A
	Drinking glasses, other than of glass-ceramics:		
7013.21	Of lead crystal:		
7013.21.10	Valued not over $1 each.....	20%	B
7013.21.20	Valued over $1 but not over $3 each.....	14%	B
7013.21.30	Valued over $3 but not over $5 each.....	10.5%	B
7013.21.50	Valued over $5 each.....	6%	B
7013.29	Other:		
7013.29.05	Pressed and toughened (specially tempered)..	12.5%	C
	Other:		
7013.29.10	Valued not over $0.30 each.....	38%	C
7013.29.20	Valued over $0.30 but not over $3 each.....	30%	C
	Valued over $3 each:		
	Cut or engraved:		
7013.29.30	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.29.40	Valued over $5 each.....	7.2%	C
	Other:		
7013.29.50	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.29.60	Valued over $5 each.....	7.2%	C
	Glassware of a kind used for table (other than drinking glasses) or kitchen purposes other than that of glass-ceramics:		
7013.31	Of lead crystal:		
7013.31.10	Valued not over $1 each.....	20%	B
7013.31.20	Valued over $1 but not over $3 each.....	14%	B
7013.31.30	Valued over $3 but not over $5 each.....	10.5%	B
7013.31.50	Valued over $5 each.....	6%	B
7013.32	Of glass having a linear coefficient of expansion not exceeding 5×10^{-6} per Kelvin within a temperature range of 0° C to 300° C:		
7013.32.10	Pressed and toughened (specially tempered)..	12.5%	B
	Other:		
7013.32.20	Valued not over $3 each.....	30%	B
7013.32.30	Valued over $3 but not over $5 each....	15%	B
7013.32.40	Valued over $5 each.....	7.2%	B
7013.39	Other:		
7013.39.10	Pressed and toughened (specially tempered)..	12.5%	C
	Other:		
7013.39.20	Valued not over $3 each.....	30%	C
	Valued over $3 each:		
	Cut or engraved:		
7013.39.30	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.39.40	Valued over $5 each.....	7.2%	C
	Other:		
7013.39.50	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.39.60	Valued over $5 each.....	7.2%	C
	Other glassware:		
7013.91	Of lead crystal:		
7013.91.10	Valued not over $1 each.....	20%	B
7013.91.20	Valued over $1 but not over $3 each.....	14%	B

Item	Article description	Base rate	Staging Category
7013 (con.)	Glassware of a kind used for table, etc. (con.):		
	Other glassware (con.):		
7013.91 (con.)	Of lead crystal (con.):		
7013.91.30	Valued over $3 but not over $5 each.....	10.5%	B
7013.91.50	Valued over $5 each.....	6%	B
7013.99	Other:		
7013.99.10	Glassware decorated with metal flecking, glass pictorial scenes, or glass thread- or ribbon-like effects, any of the foregoing embedded or introduced into the body of the glassware prior to its solidification; millefiori glassware; glassware colored prior to solidification, and characterized by random distribution of numerous bubbles, seeds, or stones, throughout the mass of the glass.....	20%	C
7013.99.20	Pressed and toughened (specially tempered)..	12.5%	C
	Other:		
7013.99.30	Smokers' articles; perfume bottles fitted with ground glass stoppers.....	9%	C
7013.99.35	Votive-candle holders.....	6.6%	C
	Other:		
7013.99.40	Valued not over $0.30 each.....	38%	C
7013.99.50	Valued over $0.30 but not over $3 each.....	30%	C
	Valued over $3 each:		
	Cut or engraved:		
7013.99.60	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.99.70	Valued over $5 each.....	7.2%	C
	Other:		
7013.99.80	Valued over $3 but not over $5 each.....	15%	C
7013.99.90	Valued over $5 each.....	7.2%	C

APPENDIX 8

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

HOUSEWARES (GIFTWARES)

COUNTRIES OF ORIGIN AND RESPONDENTS' LEVEL OF SATISFACTION

COUNTRY	LEVEL OF SATISFACTION 1	2	3	4	5	TOTAL NO. RESPONDENTS	AVERAGE
Canada				1	1	2	4.50
China		1	1	1	3	6	4.00
Denmark				1	1	2	4.50
France				1	1	2	4.50
Hong Kong			2	6	5	13	4.23
India			1	1	1	3	4.00
Israel			1			1	3.00
Italy		1	4	2	6	13	4.00
Japan				10	7	17	4.41
Mexico			1		2	3	4.33
Netherlands				1		1	4.00
Norway					1	1	5.00
Philippines				2	1	3	4.33
Poland					1	1	5.00
Portugal				1	1	2	4.50
South Korea			1	5	5	11	4.36
Spain		1	1		2	4	3.75
Sweden				1	1	2	4.50
Switzerland					1	1	5.00
Taiwan		2	6	12	5	25	3.80
Thailand			1			1	3.00
United Kingdom				3	1	4	4.25
West Germany				2	5	7	4.71
Yugoslavia			1	1	1	3	4.00
TOTAL	0	5	20	51	52	128	

levels of satisfaction:

1 = low
2 = somewhat low
3 = neutral
4 = somewhat high
5 = high

APPENDIX 9

U.S. INDUSTRY TRADE FAIRS AND PUBLICATIONS

MAJOR HOUSEWARES (GIFTWARES) TRADE FAIRS

TRADE FAIR	LOCATION	WHEN HELD	CONTACT
National Decorating Products Show	Indianapolis, Indiana	Nov. 9 - 11 1990	Ms. Lillian Smysor (314) 991-3470
Midyear Housewares Exposition	Chicago, Illinois	July 8 - 10 1990	Mr. Brian Casey (312) 644-3333 National Housewares Manufacturers Association
New York International Gift Show	New York, New York	Jan. 28 - Feb. 2 1990	Ms. Rosann Malone (212) 686-6070
International Housewares Exposition	Chicago, Illinois	Jan. 14 - 17 1990	Mr. Brian Casey (312) 644-3333
San Francisco Gourmet Products Show	San Francisco, California	April 22 - 24 1990	Ms. Maria Montalvo (415) 344-5171

PUBLICATIONS

Broom, Brush and Mop. P.O. Box 130, Arcola, IL 61910
Contact: Mr. Don Rikan, Editor, (217) 268-4959

Gifts and Decorative Accessories. 51 Madison Avenue, New York, NY 10010
Contact: Mr. Bob Chiarci, (212) 679-4411

China, Glass and Tableware. Ebel-Doctorow Publications Inc., 1115 Clifton Ave., Clifton, NJ 07013
Contact: Ms. Amy Stavis, Editor, (201) 779-1600

APPENDIX 10

CANADIAN GOVERNMENT TRADE CONTACTS IN CANADA AND IN THE UNITED STATES

U.S. Marketing Officer for this Sector
Department of External Affairs (UTD)
125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2
Telephone: 613-993-7343/613-993-5911
Telex: 0533745
Fax: 613-996-9103

British Columbia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
P.O. Box 11610
900 - 650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Tel: 604-666-0434
Telex: 0451191
Fax: 604-666-8330

Saskatchewan
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: 306-975-4353
Telex: 0742742
Fax: 306-975-5334

Manitoba
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Tel: 204-983-2097
Telex: 0757624
Fax: 204-983-2187

Alberta
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
The Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Tel: 403-420-2944
Telex: 0372762
Fax: 403-420-4507

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Tel: 403-292-4575
Fax: 403-292-4578

Ontario
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Tel: 416-973-5000
Telex: 06524378
Fax: 416-973-8714

Quebec
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Room 3800, P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Tel: 514-283-6796
Telex: 05560768
Fax: 514-283-3302

International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
112 Dalhousie Street
Quebec, Quebec
G1K 4C1
Tel: 418-648-2506
Fax: 418-648-7291

Prince Edward Island
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Tel: 902-566-7400
Telex: 01444129
Fax: 902-566-7450

Northwest Territories
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: 403-920-8575
Fax: 403-873-6228

New Brunswick
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Tel: 506-857-6452
Telex: 0142200
Fax: 506-857-6429

Nova Scotia
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: 902-426-7540
Telex: 01922525
Fax: 902-426-2624

Newfoundland
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: 709-772-5511
Telex: 0164749
Fax: 709-772-5093

Yukon
International Trade Centre
Department of Industry, Science and Technology
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: 403-668-4655
Fax: 403-668-5003

CANADIAN GOVERNMENT TRADE COMMISSIONER OFFICES IN THE UNITED STATES

Washington
Canadian Embassy
Trade Promotion and Market
Access Section
Canadian Embassy
501 Pennsylvania Avenue N.W.
Washington, D.C. 20001
Tel: 202-682-1740
Fax: 202-682-7726
Telex: 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territory: Washington, D.C., Maryland, Delaware, Eastern Pennsylvania (including Philadelphia), and Virginia

Atlanta
Canadian Consulate General
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Tel: 404-577-6810
Fax: 404-524-5046
Telex: 0542676 (DOMCAN ATL)
Territory: Alabama, Florida, Georgia, Mississippi, North Carolina, South Carolina, Tennessee, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands

Boston
Canadian Consulate General
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Tel: 617-262-3760
Fax: 617-262-3415
Telex: 940625 (DOMCAN BSN)
Territory: States of Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont,
Other Countries: Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Canadian Consulate
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Tel: 716-852-1247
Fax: 716-852-1247
Telex: 0091329 (DOMCAN BUF)
Territory: Western, Central and Upstate New York

Chicago
Canadian Consulate General
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Tel: 312-427-1031
Fax: 312-922-0637
Telex: 00254171 (DOMCAN CGO)
Territory: Illinois, Missouri, Wisconsin, the Quad-City region of Iowa

Cleveland
Canadian Consulate
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Cable: CANADIAN CLEVELAND
Tel: 216-771-0150
Fax: 216-771-1688
Telex: 00985364 (DOMCAN CLV)
Territory: States of Kentucky, Ohio, West Virginia, Western Pennsylvania

Dallas
Canadian Consulate General
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Cable: CANADIAN DALLAS
Tel: 214-922-9806
Fax: 214-922-9811
Telex: 00732637 (DOMCAN DAL)
Territory: States of Texas, Arkansas, Kansas, Louisiana, New Mexico, Oklahoma

Detroit
Canadian Consulate General
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Cable: CANADIAN DETROIT
Tel: 313-567-2340
Fax: 313-567-2164
Telex: 230715 (DOMCAN DET)
Territory: City of Toledo, States of Michigan and Indiana

Los Angeles
Canadian Consulate General
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Tel: 213-687-7432
Fax: 213-520-8827
Telex: 00674119 (DOMCAN LSA)
Territory: States of Arizona, California, Clark County in Nevada

Minneapolis
Canadian Consulate General
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Tel: 612-333-4641
Fax: 612-332-4061
Telex: 290229 (DOMCAN MPS)
Territory: States of Iowa, Nebraska, Minnesota, North Dakota, South Dakota, Montana

New York
Canadian Consulate General
1251 Avenue of the Americas
New York, NY 10020-1175
Cable: CANTRACOM NEW YORK CITY
Tel: 212-768-2400
Fax: 212-768-2441
Telex: 62014481 (DOMCAN NYK)
Territory: States of Connecticut, New Jersey, Southern New York
Other Countries: Bermuda

San Francisco
Canadian Consulate General
50 Fremont Street, Suite 2100
San Francisco, California 94105
Tel: 415-495-6021
Fax: 415-541-7708
Telex: 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territory: States of California (except the 10 southern counties), Colorado, Hawaii, Nevada (except Clark County), Utah, Wyoming

Seattle
Canadian Consulate General
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Tel: 206-443-1777
Fax: 206-443-1782
Telex: 0328762 (DOMCAN SEA)
Territory: States of Alaska, Idaho, Oregon, Washington

Études sur les débouchés canadiens aux États-Unis

Articles ménagers

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada
Canada

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

JUILLET 1989

GROUPE CONSEIL PEAT MARWICK
OTTAWA

Pour obtenir d'autres exemplaires de la présente brochure, veuillez en faire la demande en écrivant ou en téléphonant au :

Info Export (BTCE)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

1-800-267-8376

Ottawa : (613) 993-6435

© Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1988

N° de cat. E73-7/35-1988

ISBN 0-662-56008-6

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Le présent rapport a été rédigé par une équipe d'experts-conseils du Groupe Conseil Peat Marwick pour le compte du ministère des Affaires extérieures. L'analyse et les conclusions appartiennent donc à Peat Marwick et non au ministère des Affaires extérieures.

Le Groupe Conseil Peat Marwick et le ministère des Affaires extérieures suggèrent aux entreprises de ne pas utiliser le présent rapport comme seule source de référence pour mesurer le potentiel des débouchés identifiés. Chaque entreprise doit faire ses propres analyses et recherches pour vérifier l'étendue du créneau et les références de l'acheteur. Le ministère des Affaires extérieures n'en est pas moins disposé à offrir des conseils et des avis aux sociétés désireuses de profiter des perspectives mises en évidence dans l'étude ou que le marché semble leur offrir.

ÉTUDES SUR LES DÉBOUCHÉS CANADIENS AUX ÉTATS-UNIS

ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

TABLE DES MATIÈRES

PAGE

SOMMAIRE 1

I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE 2

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK 3

III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES D'ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) 4

Définition du secteur 4
Importations américaines 1982 - 1987 5
Perspectives de l'industrie américaine 7

IV - ÉTUDE DE MARCHÉ 8

Enquête auprès d'importateurs américains 8
Enquête auprès d'associations américaines 10

V - CONTEXTE 13

Méthodologie 14

ANNEXES

Annexe 1 - Importateurs américains à la recherche de fournisseurs de produits précis 19
Annexe 2 - Importateurs américains à la recherche de fournisseurs en général 29
Annexe 3 - Importations américaines d'articles ménagers (articles cadeaux) - 1987 (Annexe A 665.3, 666.4, 666.5) 39
Annexe 4 - Désignation de certains articles ménagers (articles cadeaux) 45
Annexe 5 - Importations américaines de certains articles ménagers (articles cadeaux) d'Europe et du Japon, par pays 1987 47
Annexe 6 - Importations américaines de certains articles ménagers (articles cadeaux) 1982 - 1987 49
Annexe 7 - Tarifs douaniers des États-Unis applicables aux articles ménagers (articles cadeaux) canadiens et liste des droits de douane éliminés en vertu de l'Accord de libre-échange 53
Annexe 8 - Pays d'origine des fournisseurs et degré de satisfaction des répondants 63
Annexe 9 - Publications et foires commerciales de l'industrie américaine 65
Annexe 10 - Services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis ... 67

SOMMAIRE

Ce rapport traite de l'un des quelque 80 secteurs examinés dans le cadre d'une vaste étude commandée par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement avec les États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. L'objectif de la présente étude est de fournir une indication préliminaire des possibilités qui s'offrent d'accroître les exportations canadiennes aux États-Unis. Les données sont basées sur un sondage limité mené auprès d'importateurs et d'associations professionnelles des États-Unis représentant un large éventail de l'industrie américaine.

Chaque rapport vise à aider les sociétés canadiennes à recenser des débouchés qui pourraient justifier une étude plus approfondie. Les rapports n'analysent pas les industries canadiennes d'exportation ou leur compétitivité au plan international, mais ils fournissent d'autres types de renseignements qui devraient s'avérer utiles. Chaque rapport fournit par exemple des renseignements sur les sociétés qui étaient intéressées à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement; certaines des informations données sont très spécifiques. Chaque rapport contient également des renseignements sur la taille et les parts du marché américain des importations, ainsi que sur les publications professionnelles et les foires commerciales que les sociétés recensées ont jugé les plus utiles. Les divers rapports de la série devraient intéresser tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître le niveau de leurs exportations aux États-Unis.

Les articles ménagers (articles cadeaux) sont l'un des secteurs examinés par cette étude. Nous avons effectué un sondage auprès des importateurs américains d'articles ménagers afin de déterminer l'incidence de la dévaluation du dollar américain sur les importations et les possibilités qui s'offrent aux fabricants canadiens de leurs exportations de ces produits. Les résultats du sondage sont significatifs. Quelque 84 % des répondants ont déclaré que la dévaluation du dollar avait eu pour effet d'accroître les prix des articles ménagers à l'importation. C'est ce qui explique qu'un grand nombre de répondants (65 %) se soient intéressés à en connaître davantage sur les capacités des sociétés canadiennes à répondre à leurs exigences. Bien que seulement un petit nombre des importateurs interrogés aient déjà fait appel à des fournisseurs canadiens, ils étaient très satisfaits de ces derniers.

Ces importateurs américains ont signalé qu'ils préféraient recevoir de l'information sur les produits des entreprises canadiennes au moyen de documents publicitaires, de foires commerciales et de publications de l'industrie.

I - OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Ce document fait partie d'une série de rapports couvrant quelque 80 secteurs manufacturiers. Ces rapports, préparés par Peat Marwick, ont été commandés par la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, du ministère des Affaires extérieures. La série vise à donner une indication préliminaire des débouchés qui peuvent s'offrir actuellement aux États-Unis en raison de la montée du coût des importations canadiennes d'outre-mer. Les renseignements fournis sur la nature et la taille du marché des importations américaines ainsi que les informations données sur le marché et la commercialisation devraient aider les sociétés canadiennes à déterminer si une étude plus approfondie de certains débouchés est justifiée et, dans l'affirmative, à entreprendre un tel suivi. Il est probable que les rapports intéresseront tout particulièrement les petites et moyennes sociétés canadiennes qui n'exportent pas encore ou qui aimeraient accroître leurs exportations aux États-Unis.

Chaque rapport sectoriel identifie les principaux produits que les États-Unis importent depuis des pays dévelopés, explore l'effet du dollar américain sur le prix de ces importations, et indique lesquels de ces produits pourraient donner à nos fournisseurs de meilleures possibilités d'exportations aux États-Unis. Les statistiques du département américain du Commerce, sur lesquelles se fonde l'examen des exportations des États-Unis, ne correspondent pas toujours aux définitions que nous donnons aux mêmes secteurs de production au Canada. Quelques rapports montrent donc certaines différences entre les produits qui y sont analysés et les produits qui sont communément englobés dans le secteur pertinent. Mais tous les rapports définissent les produits qu'ils recouvrent de sorte que ces différences puissent être identifiées et prises en compte.

Le rapport donne certaines informations préliminaires sur l'exportation qui pourraient être utiles aux fabricants canadiens, énumère les foires commerciales et les publications professionnelles que préfèrent les exportateurs américains, examine les perceptions que les importateurs américains se font de l'incidence que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis aura sur leurs achats de produits canadiens, et donne les listes tarifaires pertinentes montrant les étapes de mise en applications de l'Accord de libre-échange. Ces rapports ne contiennent aucune analyse des industries canadiennes d'exportation ou de leur compétitivité au plan international. Pour obtenir des renseignements spécifiques sur des débouchés offerts à leurs produits, les sociétés canadiennes sont invitées à contacter la Direction générale de la promotion du commerce, du tourisme et de l'investissement - États-Unis, ou un délégué commercial du Canada aux États-Unis. (Les adresses sont données à la dernière annexe).

II - CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE DE PEAT MARWICK

Les importations américaines d'articles ménagers (articles cadeaux) classés dans les quatre groupes particuliers choisis ont dépassé 1,2 milliard de dollars US en 1987. L'Europe et le Japon ont accaparé près de 49 % du marché des importations, mais ce chiffre marque une baisse notable par rapport à celui de l'année précédente, qui s'établissait à 59 %. L'hypothèse voulant que ce recul soit attribuable, du moins en partie, à la dévaluation du dollar US semble vérifiée par le fait que 84 % des importateurs d'articles ménagers interrogés ont admis que la dévaluation avait en effet accru leurs coûts.

C'est ce qui explique que plus de 65 % des répondants aient exprimé le désir d'en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens d'articles ménagers. Environ 32 % étaient d'avis que la mise en oeuvre de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis entraînerait une augmentation des importations d'articles ménagers de fabrication canadienne.

Les répondants ont dit préférer recevoir l'information préliminaire sur les produits et les sociétés sous forme de documents publicitaires, à l'occasion de foires commerciales et dans les publications de l'industrie. Les recommandations personnelles constituent ensuite le facteur le plus important dans la décision d'achat, suivies de l'information recueillie à l'occasion de foires commerciales. Les principales raisons d'importer des articles ménagers sont les prix avantageux et l'approvisionnement en produits non disponibles aux États-Unis.

Un certain nombre de facteurs, comprenant la hausse du coût des importations, l'importance du prix dans la décision d'importer et l'élimination en cours des tarifs touchant l'entrée des articles ménagers canadiens aux États-Unis, permettent de penser qu'il y a de grandes possibilités d'accroître les importations des fabricants canadiens d'articles ménagers. Bien que 65 % des répondants se soient intéressés à en savoir davantage sur les fournisseurs canadiens d'articles ménagers en général, un certain nombre ont aussi indiqué qu'ils cherchaient activement des sources d'approvisionnement pour des produits particuliers. Les produits sur lesquels porte la présente étude sont : les articles cadeaux en cristal, en porcelaine et en acier inoxydable; les céramiques orientales de grande qualité; les articles cadeaux en laiton et en céramique; les articles ménagers en laiton, en porcelaine et en matière plastique; et les produits en terre cuite. Les renseignements sur ces produits particuliers (et d'autres identifiés par les répondants, qui ne font pas l'objet de la présente étude) sont présentés à l'annexe 1. On trouvera à l'annexe 2 la liste des importateurs américains qui voudraient en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens en général.

Le ministère des Affaires extérieures recommande aux sociétés canadiennes qui envisagent de communiquer avec une société américaines de consulter d'abord le délégué commercial du bureau le plus rapproché de cette société afin d'obtenir des conseils, de l'aide et d'autres renseignements. Les services commerciaux du gouvernement canadien au Canada et aux États-Unis sont précisés à l'annexe 10.

III - IMPORTATIONS AMÉRICAINES D'ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

Ce chapitre fournit de l'information sur les tendances et niveaux récents des importations américaines, ainsi qu'un sommaire des perspectives à court terme pour ce secteur. Lorsque les définitions du secteur varient entre ces diverses sources, ou qu'elles ne concordent pas avec celles qui sont généralement utilisées au Canada, ces différences sont notées, avec leurs incidences connues. Pour rendre l'information plus utile, nous mentionnons également les produits du secteur visés par le rapport ainsi que la façon dont ils ont été choisis.

DÉFINITION DU SECTEUR

Les produits visés par ce rapport ont été choisis selon la valeur en douane des importations américaines depuis l'Europe et le Canada, déclarée par le département du Commerce (USDOC). Par conséquent, les définitions du secteur utilisées par l'USDOC ont effectivement défini les produits (pouvant être choisis) pour ce rapport. Le choix des produits s'est fait en examinant d'abord tous les grands groupements de produits de l'USDOC, exprimés par des codes à 4 chiffres (par exemple, articles ménagers en porcelaine [Annexe A 666.4]). Lorsque les importations combinées depuis le Japon, l'Europe et le Canada étaient importantes, la liste des produits a été raffinée au niveau plus détaillé et spécifique du code à 7 chiffres (par exemple, vaisselle, articles de table et articles ménagers autres qu'en porcelaine tendre [Annexe A 6664040])*.

L'annexe 3 présente la liste des importations américaines, en 1987, de tous les produits ou groupes de produits identifiés par un code à 7 chiffres qui appartiennent à la catégorie du code à 4 chiffres sélectionnée pour le présent rapport. Pour effectuer le choix initial des produits ou groupes de produits, un montant minimal de 80 millions de dollars US d'importations en 1986 du Japon, de l'Europe de l'Ouest et du Canada vers les États-Unis a servi de base. Toutefois, après consultation des représentants du gouvernement et de l'industrie possédant une expertise dans ce secteur, d'autres produits et groupes de produits ne répondant pas aux critères susmentionnés ont été ajoutés à notre liste lorsqu'ils semblaient avoir un grand intérêt commercial. Par contre, on a laissé de côté quelques produits ou groupes de produits qui ne semblaient pas soulever un intérêt commercial suffisant. On trouvera plus de précision sur le processus de sélection dans la partie du chapitre 5 intitulée <<Contexte>>. En raison du raffinement des descriptions de secteur et des autres rajustements, il se peut qu'il y ait quelques différences entre les chiffres du présent rapport et ceux du Survol publié en juin 1988. Le cas échéant, les chiffres indiqués dans le présent rapport ont préséance.

---

* On a noté que le Canada possède une vigoureuse industrie de produits en matière plastique qui fabrique des bols à mélanger, des ustensiles et des contenants pour conserver les aliments. Les renseignements concernant ces produits et leurs possibilités d'exportation sont présentés dans le rapport sectoriel sur les produits en matière plastique.

Sur la base du processus susmentionné, nous avons englobé ici les produits et groupes de produits suivants :

- Verres, d'une teneur en monoxyde de plomb supérieure à 24 % et d'une valeur supérieure à 3 $ pièce (Annexe A 6653911);

- Vaisselle, articles de table et articles ménagers autres qu'en porcelaine tendre (Annexe A 6664040);

- Articles de table en grès cérame (Annexe A 6665025);

- Articles de fumeurs et articles ménagers, n.d.a.*, en grès cérame ou en grès (Annexe A 6665040).

La liste complète de ces produits selon la Nomenclature canadienne pour le commerce international des marchandises (NCCI) est présentée à l'annexe 4.

IMPORTATIONS AMÉRICAINES 1982 - 1987

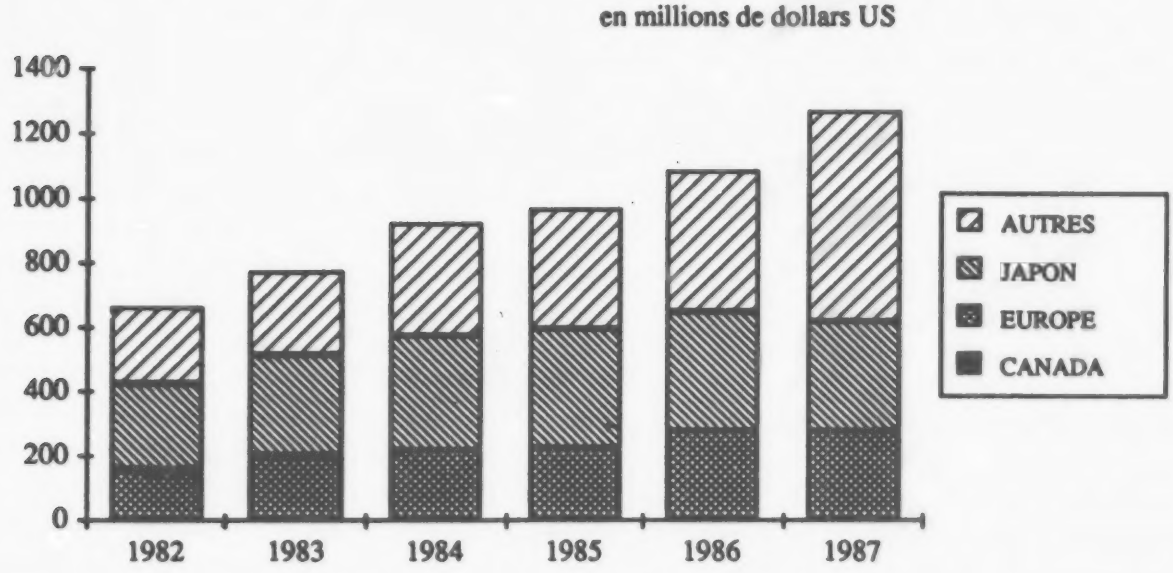
L'annexe 5 donne la répartition des importations (1987) de certains articles ménagers (articles cadeaux), par pays. Le Japon a été le principal exportateur aux États-Unis avec 26,7 % du marché des importations. Les importations américaines totales de ces produits s'élevaient approximativement à 1,3 milliard de dollars US en 1987, marquant une hausse de 16,5 % par rapport à 1986. En ce qui concerne la période à l'étude (1982 à 1987 inclusivement), les importations américaines de ces articles ménagers (articles cadeaux) se sont accrues à un taux annuel moyen de près de 14 % (voir graphique 1 à la page suivante).

---

* Non dénommé(e)s ailleurs

GRAPHIQUE 1

TOTAL DES IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)



Source : U.S. General Imports and Imports for Consumption, Département américain du Commerce.

L'annexe 6 illustre les tendances de chacun des groupe de produits.

En 1987, les produits classés dans la catégorie articles de table autres qu'en porcelaine tendre (Annexe A 6664040) représentaient le groupe d'importations le plus important, atteignant 444 millions de dollars US, soit 35 % des importations totales. Les <<articles de table en grès cérame>> (Annexe A 6665025) représentaient un autre 29 % ou 372 millions de dollars US. Les importations de produits classés comme des <<articles de fumeurs et article ménagers en grès cérame ou en grès>> n.d.a., (Annexe A 6665040) ont affiché une croissance vigoureuse au cours de la période à l'étude, particulièrement en 1987, année pendant laquelle on a enregistré une hausse des importations de 35,4 %. Les fournisseurs japonais occupent une place dominante sur les marchés des articles de table,

détenant 30,2 % et 44,3 % respectivement des marchés de la vaisselle autre qu'en porcelaine tendre et des articles de table en grès cérame. Les pays européens constituent la source de 22,0 % des importations américaines totales d'articles ménagers (articles cadeaux) et sont les premiers fournisseurs de verres et de divers articles ménagers de grès cérame et de grès. La France, l'Allemagne et le Royaume-Uni sont les grands fournisseurs européens sur le marché américain, comptant respectivement 5,3 %, 5,0 % et 4,6 % des importations totales en 1987. Bien que l'Europe et le Japon aient accaparé une part de 49 % du marché américain des importations en 1987. Il s'agit-là d'une baisse notable par rapport au pourcentage de 59 % enregistré en 1986.

La présence du Canada sur le marché des importations américaines est très limitée actuellement. En 1987, les expéditions canadiennes d'articles ménagers (articles cadeaux) aux États-Unis ont tout juste dépassé les 2,1 millions de dollars US, représentant approximativement 1,5 % des importations américaines totales d'articles ménagers (articles cadeaux) durant cette année-là. Cependant, les possibilités d'accroître notre part du marché pourraient augmenter avec la ratification de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. En vertu de l'Accord, les droits de douane seront abolis à compter du 1er janvier 1989, en étapes annuelles égales, de sorte que certains articles deviendront exempts de droits le 1er janvier 1993, et le reste, le 1er janvier 1998. La liste complète des droits de douanes et le calendrier de leur éliminations sont présentés à l'annexe 7.

PERSPECTIVES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

L'USDOC publie chaque année une série de rapports intitulés U.S. Industrial Outlook sur un grand éventail de secteurs particuliers. Lorsque ces rapports étaient disponibles et comportaient un intérêt pour la série d'études dont la présente fait partie, nous les avons résumés et présentés à titre d'indication générale sur les perspectives à court terme. Pour les secteurs sur lesquels l'USDOC n'a pas publié de rapport, nous avons cherché à obtenir des prévisions auprès d'autres sources appropriées et crédibles appartenant à l'industrie. Dans le cas du secteur des articles ménagers (articles cadeaux), aucune prévision appropriée n'était disponible, c'est pourquoi nous ne pouvons présenter les <<Perspectives de l'industrie américaine>>.

Dans le présent chapitre, nous avons fourni une définition des produits visés par le présent rapport, les critères utilisés pour leur sélection, ainsi qu'un sommaire des importations américaines de ces produits de 1982 à 1987. Nous avons également donné, dans la mesure du possible, les perspectives à court terme pour l'industrie américaine correspondante. Comme ce rapport ne vise qu'à fournir un aperçu sectoriel et une indication des possibilités qui pourraient s'offrir d'accroître nos exportations, les lecteurs sont fortement encouragés à étudier plus à fond tout débouché potentiel identifié.

On encourage tous les utilisateurs du présent rapport qui sont intéressés à approfondir leurs recherches relativement à des marchés précis à communiquer avec les services commerciaux du gouvernement canadien, dont la liste figure à la dernière annexe de ce rapport, pour déterminer quels sont les appuis dont ils peuvent se prévaloir.

IV - ÉTUDE DE MARCHÉ

ENQUÊTE AUPRÈS DES IMPORTATEURS AMÉRICAINS

Les importateurs américains d'articles ménagers (articles cadeaux) que nous avons interrogés dans le cadre de la présente étude ont été choisis à partir de diverses sources, dont le rapport que nous a remis le service d'information Journal of Commerce Piers Port Import/Export Reporting Service. Ce rapport contenait des données sur les livraisons effectuées pendant trois mois en 1987 et classait les importateurs de produits des principaux pays développés d'après le volume des importations. Outre cette liste, nous avons utilisé des renseignements provenant des bureaux du ministère des Affaires extérieures aux États-Unis ainsi que des listes provenant d'associations professionnelles et de nombreuses publications de l'industrie.

L'étude portera au total sur environ 80 secteurs d'activité industrielle, mais le nombre d'entrevues menées dans chaque secteur dépendra du niveau de concentration des entreprises et de la diversité des produits fabriqués dans chaque secteur. Au total, nous aurons mené plus de 4 000 entrevues auprès d'entreprises américaines. Le nombre d'entrevues menées dans chaque secteur varie de 30 à 100 et dépend du degré de concentration de l'industrie et de la diversité des produits de chaque secteur. Pour le secteur d'articles ménagers (articles cadeaux), 50 questionnaires ont été remplis.

Résultats des entrevues

Sur les 50 répondants interrogés, le tableau 1 ci-dessous indique les principaux produits importés.

Tableau 1
Nombre de répondants

Produit	Nombre de répondants considérant le produit comme une importation majeure
Verres à pied en cristal	12
Articles de table, n.d.a.	11
Verres à pied autres qu'en cristal	10
Coutellerie de cuisine, n.d.a.	8
Vaisselle en céramique, n.d.a.	5

Le tableau 2, ci-dessous, présente les principaux fournisseurs étrangers des importateurs américains interrogés, le nombre de répondants approvisionnés par chacun des pays et le degré de satisfaction globale des importateurs à l'égard de leurs fournisseurs. Les résultats détaillés pour tous les pays qui fournissent des produits aux répondants sont présentés à l'annexe 8.

Tableau 2

Pays	Nombre de répondants	Degré de satisfaction (max. = 5,0)
Taïwan	25	3,8
Japon	17	4,4
Hong Kong	13	4,2
Italie	13	4,0
Corée du Sud	11	4,4
Allemagne de l'Ouest	7	4,7
Chine	6	4,0

Comme l'indique le tableau 2, les importateurs américains sont généralement assez satisfaits de leurs fournisseurs actuels. Sur les 128 relations fournisseur-acheteur signalées par les importateurs américains, cinq seulement n'avaient pas donné satisfaction. Les raisons de cette insatisfaction comprennaient des problèmes de qualité, des prix élevés et des retards de livraison. Bien que le Canada n'ait été mentionné que par deux importateurs américains, ces derniers étaient très satisfaits de leurs fournisseurs canadiens. Les raisons pour lesquelles les répondants s'approvisionnent auprès de leurs fournisseurs actuels d'articles ménagers (articles cadeaux) sont les suivantes :

- prix moins élevés (51,2 % des répondants);
- produits non disponible aux États-Unis (44,2 % des répondants);
- qualité supérieure (14,0 % des répondants);
- sources d'approvisionnement complémentaires à celles des États-Unis (7 % des répondants).

Près de 84 % des répondants ont déclaré que la dévaluation du dollar US avait entraîné une augmentation du coût de leurs importations, tandis que le reste était incertain quant à l'effet de cette dévaluation ou était d'avis qu'elle n'avait aucun impact sur leurs coûts. Bien que seulement un tiers des répondants aient déjà fait appel à des fournisseurs canadiens d'articles ménagers, les deux tiers des répondants voulaient en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens et les produits qu'ils avaient à offrir. Ils ont dit préférer recevoir l'information préliminaire sur les sociétés et les produits sous forme de documents publicitaires (mentionnés par 95 % des répondants), de publications de l'industrie (44 %) et à l'occasion de foires commerciales (28,2 %). Lorsque nous leur avons demandé quelles

sources d'information influençaient le plus leur décision d'achat, les réponses les plus fréquentes ont été que les recommendations personnelles et l'information obtenue à l'occasion de foires commerciales constituaient les facteurs les plus importants.

En ce qui concerne l'impact de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, 31,6 % étaient d'avis qu'il entraînerait une augmentation des achats d'articles ménagers canadiens, tandis que 36,8 % croyaient qu'il n'aurait aucun effet, et que le reste était incertain de son impact. Aucun des importateurs interrogés ne prévoyait que l'Accord de libre-échange provoquerait une baisse des importations américaines d'articles ménagers (articles cadeaux) en provenance du Canada.

Bien qu'un important pourcentage des répondants veuillent en connaître davantage sur les fournisseurs canadiens en général, un certain nombre ont déclaré qu'ils aimeraient étudier les sources d'approvisionnement canadiennes pour certains produits en particulier. Ces importateurs sont les suivants :

- **Gorhan Co.** aimerait connaître des fournisseurs canadiens d'articles en cristal, en porcelaine et en acier inoxydable;

- **Little-Jones Inc.** cherche des fournisseurs d'articles en céramique orientale de grande qualité;

- **Rite Lite Novelty Co.** aimerait connaître des sociétés qui peuvent lui fournir des articles cadeaux en laiton poli et en céramique;

- **Special Merchandise Corp.** cherche des fournisseurs d'articles ménagers en laiton, en porcelaine et en matière plastique;

- **United China and Glass Co.** cherche activement des fournisseurs de produits en terre cuite.

On trouvera à l'annexe 1 de plus amples détails sur ces sociétés et, à l'annexe 2, une liste des importateurs américains intéressés à en savoir davantage sur les fournisseurs canadiens d'articles ménagers (articles cadeaux) en général.

ENQUÊTE AUPRÈS D'ASSOCIATIONS AMÉRICAINES

Nous avons communiqué avec trois associations de l'industrie américaine afin de compléter les renseignements recueillis auprès des importateurs et afin de présenter le point de vue de l'industrie sur le commerce des articles ménagers (articles cadeaux). Voici les associations interrogées ainsi qu'une description de leurs mandat :

- La **<<Americain Brush Manufacters Association>>** (ABMA) travaille à promouvoir le progrès et la reconnaissance de l'industrie manufacturière américaine des brosses et autres produits connexes;

- La **<<China, Glass and Giftware Association>>** (CGGA) s'occupe d'organiser des activités pour les membres et parraine diverses expositions commerciales de l'industrie;

- La **<<Cookware Manufacturers Association>>** (CMA) est l'association des manufacturiers américains d'ustensiles de cuisine. Ses activités englobent la cueillette et la diffusion de statistiques sur l'industrie et l'organisation de rencontres et de congrès liés à l'industrie.

Nous avons interrogé ces associations pour obtenir les renseignements suivants :

- les tendances du marché de l'industrie des articles ménagers et des articles cadeaux;

- l'effet de la dévaluation du dollar US sur les échanges dans l'industrie américaine des articles ménagers et des articles cadeaux;

- les principales foires commerciales de l'industrie;

- les principales publications de l'industrie;

- l'effet possible de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis sur l'industrie des articles ménagers et des articles cadeaux;

- des avis sur les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne des articles ménagers et des articles cadeaux.

Résultats de l'entrevue

Les associations, bien qu'ils ne puissent prévoir le taux de croissance pour les cinq prochaines années, ont toutes répondu que les perspectives de l'industrie des articles ménagers et des articles cadeaux

étaient positives. Elles s'entendaient également toutes de dire que la dévaluation du dollar US avait entraîné la réduction des importations américaines des produits à l'étude et, en même temps, offrait aux fabricants américains l'occasion d'accroître les exportations de leurs produits au fur et à mesure qu'ils devenaient plus compétitifs.

Les prévisions quant à l'impact de l'Accord de libre-échange étaient contradictoires. Dans le contexte de leur industrie en particulier, tant la **<<Cookware Manufacturers Association>>** (CMA) que la **<<China, Glass and Giftware Association>>** (CGGA) considéraient que l'Accord aurait un impact limité sur les fabricants américains. La **<<American Brush Manufacturers Association>>** (ABMA), cependant, croyait que l'Accord serait avantageux. La ABMA a souligné les similitudes entre le Canada et les États-Unis et a fait la remarque que en plus de la réduction des droits de douane, une baisse des coûts de transport favoriserait le commerce.

Les associations nous ont fourni des détails sur les foires commerciales de l'industrie qu'elles parrainaient, auxquelles elles participaient ou auxquelles se rendaient fréquemment leurs membres, ainsi que des détails sur les publications principles. On trouvera cette information à l'annexe 9.

V - CONTEXTE

Il y a quelques années, les États-Unis affichaient de légers déficits commerciaux que compensaient des recettes de plus de 140 milliards de dollars US tirées des placements américains à l'étranger. Le budget américain était habituellement déficitaire, mais l'épargne intérieure était bien supérieure au déficit. Par conséquent, le solde du compte courant s'en trouvait toujours positif.

Lors de la relance de l'économie américaine qui suivit la récession de 1981-1982, la demande a progressé plus rapidement que la production. Les importations ont augmenté considérablement pour combler l'écart. À la fin de 1983, le déficit commercial atteignait près de 69 milliards de dollars US. Ces phénomènes se sont maintenus jusqu'en 1985 et ont poussé le déficit commercial à 148 milliards de dollars US. Le déficit budgétaire du gouvernement fédéral a plus que doublé en proportion du PNB et l'épargne a chuté à son niveau le plus bas.

Sous cette pression, le dollar américain a commencé à fléchir sur le marché international des changes. À la fin de 1987, le dollar américain avait perdu 48 % de sa valeur par rapport au yen japonais, 48 % également par rapport au mark allemand, 44 % par rapport à la couronne danoise, 43 % par rapport au franc français et 39 % par rapport à la lire italienne. En fait, le dollar américain s'est déprécié par rapport aux monnaies de tous les grands pays industriels de l'Occident, à l'exception du dollar canadien. À la fin de 1987, le déficit commercial atteignait le niveau record de 171 milliards de dollars US car le prix des importations augmentait plus rapidement que ne diminuait le volume des importations.

D'après les statistiques du troisième trimestre de 1988, la valeur du dollar américain s'est stabilisée par rapport aux monnaies de la plupart des autres pays industriels occidentaux. Les modifications antérieures du cours des monnaies commencent à peine à se répercuter sur les échanges commerciaux. Les fournisseurs étrangers des États-Unis qui avaient réussi à réduire leur marge bénéficiaire pendant de nombreux mois ont été contraints d'augmenter leurs prix. Les statistiques commerciales n'ont pas reflété les changements immédiatement car la valeur des importations s'est maintenue alors que le volume diminuait.

Le déficit commercial prévu pour 1988 (125 milliards de dollars US) indique que le rajustement des monnaies aboutit enfin à l'effet souhaité. La faiblesse du dollar américain semble entraîner des importations décidément élevées. Toutefois, certains analystes estiment que le dollar américain doit chuter encore plus bas pour que le déficit commercial tombe en deça du niveau de 100 milliards de dollars.

Bien que le dollar canadien se soit renforcé récemment par rapport au dollar américain, sa valeur, pour l'essentiel, a suivi un mouvement parallèle à celle du dollar américain relativement aux autres monnaies internationales. Ces phénomènes devraient contribuer à stimuler le commerce bilatéral entre le Canada et les États-Unis. L'appréciation des monnaies des pays développés par rapport aux monnaies nord américaines devrait accroître les débouchés des entreprises canadiennes de fabrication et de prestation de services aux États-Unis, ainsi que les débouchés des entreprises américaines au Canada.

MÉTHODOLOGIE

L'analyse des possibilités qui s'offrent aux entreprises canadiennes de remplacer les importations américaines provenant de l'Europe et du Japon fut amorcée à un niveau assez élevé de regroupement des données statistiques sur toutes les importations américaines. En appliquant certains critères, nous avons réduit progressivement le champ de l'analyse aux débouchés qui, à un niveau très bas de décomposition des données statistiques, offrent aux fabricants canadiens les meilleures chances d'accroître leurs exportations aux États-Unis. Dans notre démarche, nous sommes également passés de l'identification de ces débouchés, par des analyses statistiques, à la confirmation de leur existence, au moyen d'entrevues menées auprès de représentants d'importateurs américains de produits provenant des pays développés.

Pour établir quels étaient les débouchés des entreprises canadiennes aux États-Unis, nous avons réuni des données sur les importations américaines de 1981 à 1985. Nous avons choisi une période de référence quinquennale afin de pouvoir distinguer entre les marchés d'importation <<établis>> et <<temporaires>>. Dans les secteurs où le volume des importations américaines de l'Europe et du Japon s'est maintenu à un certain niveau pendant plusieurs années, il est moins probable que ces importations constituent un phénomène à court terme et que les acheteurs américains soient capables de remplacer en peu de temps leurs fournisseurs étrangers par des fournisseurs américains. Pour la première sélection, les données statistiques sur les importations américaines de marchandises de l'annexe A furent groupées au niveau des codes à quatre chiffres.

Toutes les importations américaines (dans les catégories des codes à quatre chiffres) qui provenaient des pays développés et dont la valeur à l'importation dépassait un million de dollars US furent relevées pour les années de référence et classées dans l'ordre décroissant, selon leur valeur. À partir de cette liste, la Direction des relations commerciales, touristiques et économiques - États-Unis a d'abord choisi 26 groupes de produits qui devaient être analysés plus à fond. Chaque groupe fut décomposé au niveau des codes à sept chiffres, puis une enquête fut entreprise pour établir s'il y avait des sociétés canadiennes qui fabriquaient des produits semblables et qui pouvaient exploiter les débouchés éventuellement mis en évidence. Il fut relativement simple d'élargir les codes de l'annexe A de quatre chiffres à sept chiffres; la liste de ces marchandises fut dressée pour l'année

1986, précisant leur valeur en douane. La désignation des entreprises canadiennes s'est faite à partir de la base de données WIN du ministère des Affaires extérieures, que toutes les grandes missions du Ministère à l'étranger peuvent consulter en direct et qui contient des renseignements sur les fabricants canadiens et leurs produits. Il est à noter que la constitution de la base de données WIN n'est pas encore complète, mais elle est assez avancée pour que nous puissions l'utiliser aux fins de la présente étude.

À cette étape de l'analyse, les produits ou groupes de produits ayant donné lieu à des importations d'une valeur globale de plus de 80 millions de dollars US, pour le Japon, l'Europe et le Canada, furent désignés en vue d'une analyse plus approfondie. Après consultation de porte parole de l'industrie et du gouvernement, spécialistes du secteur d'autres produits ou groupes de produits qui n'avaient pas satisfait aux critères furent ajoutés parce qu'ils semblaient offrir un intérêt commercial appréciable. D'autres encore furent supprimés faute de potentiel commercial suffisant.

L'étape suivante consistait à identifier les principaux importateurs américains des produits choisis, à élaborer un questionnaire et à interviewer les importateurs. Nous avons alors conçu un questionnaire qui visait à recueillir les renseignements suivants sur chacun des importateurs interrogés :

- Quels sont les principaux produits qu'il importe?
- Quels sont les pays d'origine de ces importations? Dans quelle mesure l'importateur est-il satisfait de chacun de ses fournisseurs?
- Pourquoi n'utilise-t-il pas des produits américains?
- Quel a été l'effet de la dévaluation du dollar américain sur le prix des importations?
- L'importateur a-t-il déjà acheté des produits canadiens? Dans l'affirmative, était-il satisfait de ses fournisseurs canadiens?
- L'importateur voudrait-il en savoir plus long sur les fournisseurs canadiens?
- Par quel moyen voudrait-il que les fournisseurs canadiens le renseignent? Quelles sources d'information utilise-t-il pour décider quels produits acheter?
- Ses achats sont-ils saisonniers?
- Y a-t-il des obstacles qui empêchent l'importateur de s'approvisionner au Canada?

- Est-ce que l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis modifiera sa politique d'achat?

Nous avons interviewé les principaux importateurs par téléphone et leur avons envoyé un questionnaire par la poste lorsqu'ils en faisaient la demande.

Il existe diverses raisons qui font que, dans certaines situations, la hausse du prix des produits importés ne crée pas de débouchés considérables pour les entreprises canadiennes sur le marché américain; ces facteurs sont notamment les suivants :

- D'autres caractéristiques du produit l'emportent sur le prix, c'est-à-dire sa qualité, sa forme, etc.;

- Le produit importé est un composant d'un produit fini et sa valeur est minime par rapport à celle du produit fini;

- L'acheteur américain s'approvisionne depuis longtemps auprès de ses fournisseurs étrangers actuels et il compte sur la capacité démontrée de l'exportateur à répondre rapidement aux changements requis;

- L'acheteur américain est un client captif de la société mère;

- La licence de fabrication que possède l'acheteur américain lui interdit de s'approvisionner auprès d'autres fournisseurs;

- L'entreprise peut s'approvisionner auprès de fournisseurs américains;

- Le produit importé est un produit de luxe et son prix n'influe pas beaucoup sur la demande.

Nous avons donc conçu le questionnaire de manière à établir dans quelle mesure ces facteurs et d'autres encore limitent les débouchés mis en évidence au moyen de l'analyse statistique.

À la suite du sondage auprès des importateurs, nous avons interrogé les associations représentant l'industrie afin d'obtenir de l'information par secteur. Ces associations ont fourni des renseignements sur les points suivants :

- Les tendances du marché relatives à l'industrie;

- L'effet de la dévaluation du dollar américain sur l'industrie;

- L'incidence de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis sur l'industrie;

- Les points forts et les points faibles de l'industrie canadienne, tels qu'ils sont perçus.

Les résultats de toutes ces étapes ont donné lieu à l'établissement d'une ébauche de rapport sommaire pour chaque secteur. Chacun des rapports a été présenté pour examen à un spécialiste de l'industrie, aux associations canadiennes représentant l'industrie concernée et au responsable du secteur à ISTC.

ANNEXE 1

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS DE PRODUITS PARTICULIERS

Nom :	Branch Avenue Tool Service
Adresse :	6700 Branch Avenue Tampa, FL 33604 U.S.A.
Contact :	M. Gidon Jacot, propriétaire
Téléphone :	813-232-0401
Télécopieur :	

- N'importe pas de produits actuellement.
- N'a jamais essayé les produits canadiens.
- Préfère rencontrer un représentant de la société canadienne ou prendre connaissance de documents publicitaires.
- Cherche activement des fournisseurs de limes à main (limes à parer) plates, très dures et trempées pour utilisation sur le formica.

Nom :	Coast Cultery
Adresse :	609 S.E. Ankeny
	Portland, OR 97214
	U.S.A.
Contact :	M. David Brands, président
Téléphone :	503-234-4545
Télécopieur :	503-234-4422

- Importe des couteaux de chasse, des coutelleries de cuisine et des menus articles de l'Allemagne de l'Ouest, de la Suisse, du Japon, de l'Italie et de Taïwan.

- Obtient de l'information à l'occasion de foires commerciales, dans les publications de l'industrie et par l'entremise de connaissances anciennes pour orienter ses décisions d'achat.

- N'a jamais essayé les produits canadiens.

- Préfère recevoir de l'information sur la société par la poste ou par l'entremise d'un représentant de la société, des publications de l'industrie ou à l'occasion d'une visite de la société canadienne et de ses installations.

- Lit la revue Industry, ainsi que le German Trade News, le European Trade News et le China Trade Journal.

- Cherche activement des fournisseurs de coutelleries de cuisine, coutelleries et canifs en acier inoxydable.

Nom :	Corbell Imports Inc.
Adresse :	1535 South Sepulveda Los Angeles, CA 90025 U.S.A.
Contact :	M. Lawrence Corbell, copropriétaire
Téléphone :	213-477-7505
Télécopieur :	213-478-7088

- Importe des articles cadeaux, des articles cadeaux en argent plaqué et des antiquités en gros du Japon, de Taïwan, de l'Inde, de l'Angleterre et de la France.
- S'appuie sur les publications de l'industrie pour orienter ses décisions d'achat.
- N'a jamais fait appel aux fournisseurs canadiens.
- Cherche activement des fournisseurs d'articles en argent plaqué.
- Exige que cette information soit gardée strictement confidentielle.
- Ne désire pas que les sociétés communiquent avec sa société; cependant, aimerait recevoir un catalogue donnant la liste des prix des fabricants canadiens d'articles en argent plaqué.

Nom :	Gorhan
Adresse :	P.O. Box 6150
	Providence, RI 02490
	U.S.A.
Contact :	Mme Fran King, directrice des achats
Téléphone :	401-946-6300
Télécopieur :	401-681-4071

- Importe des articles en cristal, en porcelaine et des articles cadeaux de la Yougoslavie, de l'Allemagne de l'Ouest, de Taïwan et du Japon.

- Considère le prix comme un facteur important dans la décision d'achat.

- Obtient de l'information à l'occasion de foires commerciales et dans les publications de l'industrie pour orienter ses décisions d'achat.

- Fait ses achats trimestriellement, en mars, juin, septembre et décembre.

- N'a été ni satisfait ni insatisfait des fournisseurs canadiens.

- Préfère recevoir de l'information sur la société canadienne sous forme de documents publicitaires, à l'occasion de foires commerciales, dans des rencontres avec un représentant ou à l'occasion d'une visite de la société canadienne et de ses installations.

- Se rend aux principales expositions européennes et japonaises et participe à l'exposition **<<Table Top Show>>**.

- Cherche activement des fournisseurs d'articles cadeaux en cristal, en porcelaine et en acier inoxydable.

Nom :	Little-Jones Inc.
Adresse :	2715 E. 12th Street Los Angeles, CA 90023 U.S.A.
Contact :	M. Steven Urushima, directeur des achats
Téléphone :	213-264-3400
Télex :	272830 LILSA

- Importe des articles en porcelaine et des vases orientaux du Japon et de la Chine.
- Considère le prix et la disponibilité comme des facteurs importants dans la décision d'importer.
- S'appuie sur des rencontres avec des représentants pour orienter ses décisions d'achat.
- N'a jamais essayé les produits canadiens.
- Préfère recevoir de l'information sur la société canadienne sous forme de documents publicitaires.
- Cherche activement des fournisseurs d'articles en céramique de grande qualité.

Nom :	Rite Lite Novelty Co.
Adresse :	260 - 47th Street Brooklyn, NY 11220 U.S.A.
Contact :	M. Alex Rosenthal, président
Téléphone :	718-439-6900
Télécopieur :	718-439-5917

- Importe des articles religieux, tels des chandelles d'Israel et de l'Inde.
- Considère le prix comme un facteur important dans la décision d'importer.
- Obtient de l'information dans les publications de l'industrie pour orienter ses décisions d'achat.
- A été satisfait des produits canadiens.
- Préfère recevoir de l'information sur la société canadienne sous forme de documents publicitaires ou dans les publications de l'industrie ou à l'occasion d'une visite de la société canadienne et de ses installations.
- Lit la revue Purchasing.
- Cherche activement des fournisseurs d'articles cadeaux en laiton poli et en céramique.

Nom :	Speciality Merchandise Corp.
Adresse :	9401 Desoto Avenue Chatsworth, CA 91311 U.S.A.
Contact :	M. Michael Chang, directeur des achats
Téléphone :	818-998-3300
Télécopieur :	818-709-5535

- A fait affaires avec des fournisseurs canadiens.
- Préfère recevoir l'information sur une société canadienne sous toute forme sauf à l'occasion de foires commerciales.
- Lit la revue Purchasing.
- Cherche activement des fournisseurs d'articles ménagers en laiton, en porcelaine et en matière plastique.

Nom :	United China and Glass Co.
Adresse :	4500 Tchoupitoulas New Orleans, LA 70115 U.S.A.
Contact :	M. Heinz, directeur des achats
Téléphone :	504-891-5881
Télécopieur :	504-895-1452
Télex :	266022

- Importe des nappes, des verres et des jardinières en terre cuite de Taïwan.
- Considère le prix et la disponibilité comme des facteurs importants dans la décision d'importer.
- S'appuie sur les recommandations personnelles pour orienter ses décisions d'achat.
- N'a jamais essayé les produits canadiens.
- Préfère recevoir l'information sous forme de documents publicitaires envoyés directement par la société canadienne.
- Cherche activement des fournisseurs de produits en terre cuite.

ANNEXE 2

IMPORTATEURS AMÉRICAINS QUI RECHERCHENT DES FOURNISSEURS EN GÉNÉRAL

IMPORTATEURS AMÉRICAINS INTERROGÉS

Société : Acme United Corporation
Adresse : 425 Post Road
Fairfield, CT 06430
Contact : M. Frank Skoda
Poste : Directeur matériels
Téléphone : 203-255-2744
Télécopieur : 203-254-0002
Télex :

Société : Admiral Craft Equipment Corp.
Adresse : 131 - 05 Fowler Avenue
Flushing, NY 11355
Contact : M. David Wasserman
Poste : Achats
Téléphone : 718-539-8700
Télécopieur : 718-539-8732
Télex :

Société : Albert Kessler & Co.
Adresse : 1355 Market Street
San Francisco, CA 94103
Contact : M. Richard M. Reed
Poste : Administrateur
Téléphone : 415-621-4000
Télécopieur :
Télex : 470109

Société : Alfa International Corp.
Adresse : 421 Waverly Avenue
Mamaroneck, NY 10543
Contact : M. Jim Garson
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 914-698-5858
Télécopieur : 914-698-0578
Télex: 131285

Société : Allen-Lewis Co.
Adresse : 5601 Logan
Denver, CO 80216
Contact : M. Frank Garlett
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 303-295-0196
Télécopieur : 303-296-3912
Télex : 454548 Allen-Lewis DVR

Société : American Commercial
Adresse : 1 Gilbert Drive
Secaucus, NJ 07096-1549
Contact : M. Stan Meehan
Poste : Vice-président
Téléphone : 201-867-9210
Télécopieur : 201-867-0457
Télex : 128223

Société : Arango Inc.
Adresse : 7519 Dedeland Mall
Miami, FL 33156
Contact : Mme Maureen Zaremba
Poste : Secrétaire
Téléphone : 305-661-4229
Télécopieur :
Télex : 285847

Société : The B&F System Inc.
Adresse : P.O. Box 660036
Dallas, TX 75266
Contact : Mme Donna Prikle
Poste : Directrice des importations
Téléphone : 214-333-2111
Télécopieur : 214-333-2137
Télex :

Société : Branch Avenue Tool Service
Adresse : 6700 Branch Avenue
Tampa, FL 33604
Contact : M. Gidon Jacot
Poste : Propriétaire
Téléphone : 813-232-0401
Télécopieur :
Télex :

Société : Chadwick-Miller Inc.
Adresse : P.O. Box 515,
300 Turnpike St.
Canton, MA 02021
Contact : M. Gary Miller
Poste : Président
Téléphone : 617-828-8300
Télécopieur :
Télex : 174297 CWKCN

Société : Chapman Importing
Adresse : 481 West Main Street
Avon, MA 02322
Contact : M. Charles A. Reingold
Poste : Administrateur-directeur
Téléphone : 617-588-3200
Télécopieur :
Télex : 924499

Société : Coast Cultery
Adresse : 609 S.E. Ankeny
Portland, OR 97214
Contact : M. David Brands
Poste : Président
Téléphone : 503-234-4545
Télécopieur : 503-234-4422
Télex :

Société : Corbell Imports Inc.
Adresse : 1535 South Sepulveda
Los Angeles, CA 90025
Contact : M. Lawrence Corbell
Poste : Copropriétaire
Téléphone : 213-477-7505
Télécopieur : 213-478-7088
Télex :

Société : Corning Glass Works
Adresse : 1200 S. Antrim Way
Greencastle, PA 17225
Contact : Mme Susie Shatzer
Poste : Acheteuse
Téléphone : 717-597-6296
Télécopieur : 717-597-6286
Télex :

Société : Crown Corning
Adresse : 6500 E. Olympic
Los Angeles, CA 90022
Contact : M. E. Klamp
Poste : Directeur mise au point
des nouveaux produits
Téléphone : 213-715-0870
Télécopieur : 213-725-3568
Télex :

Société : Davpol Enterprises Inc.
Adresse : 267-9 LaFayette Street
New York, NY 10012
Contact : M. Murray Handwohl
Poste : Vice-président
Téléphone : 212-966-4242
Télécopieur : 212-941-8483
Télex :

Société : Decorative Crafts Inc.
Adresse : P.O. Box 4308
Greenwich, CT 06830
Contact : Mme Joan Martin
Poste : Adjointe au président
Téléphone : 203-531-1500
Télécopieur : 203-531-1590
Télex : 643531

Société : Design Imports Ltd.
Adresse : P.O. Box 9363
Providence, RI 02940
Contact : Mme Ann. E. Capuano
Poste : Propriétaire
Téléphone : 401-723-1990
Télécopieur : 401-726-2770
Télex :

Société : Glashaus
Adresse : 514 W. Golf Road
Arlington Hgt., IL 60005
Contact : M. Norbert Kunz
Poste : Président
Téléphone : 312-640-6910
Télécopieur : 312-640-6955
Télex :

Société : Goldman & Morgan Inc.
Adresse : 1140 Broadway
New York, NY 10001
Contact : M. Stanley Golden
Poste : Président
Téléphone : 212-725-9100
Télécopieur :
Télex : 420217

Société : Gorhan
Adresse : P.O. Box 6150
Providence, RI 02490
Contact : Mme Fran King
Poste : Directrice des achats
Téléphone : 401-946-6300
Télécopieur : 401-681-4071
Télex :

Société : Hart Stores Inc.
Adresse : 7710 W. Goodale Blvd.
Columbus, OH 43212
Contact : M. Cravens
Poste : Administrateur
Téléphone : 614-464-6542
Télécopieur : 614-464-6594
Télex :

Société : Higbee Co.
Adresse : 100 Public Square
Cleveland, OH 44113
Contact : Mme Diane Brumbourgh
Poste : Acheteuse d'articles ménagers
Téléphone : 216-579-2580
Télécopieur : 216-579-3648
Télex :

Société : Jay Imports
Adresse : 224 - 5th Avenue
New York, NY 10001
Contact : M. Harry Jay
Poste : Président
Téléphone : 212-683-2727
Télécopieur : 212-686-1703
Télex :

Société : Jenifer House
Adresse : Stockbridge Road
Great Barrington, MA 01230
Contact : M. Karl K. Lipsky
Poste : Directeur
Téléphone : 413-528-1500
Télécopieur : 413-528-9369
Télex :

Société : Little-Jones Inc.
Adresse : 2715 E. 12th Street
Los Angeles, CA 90023
Contact : M. Steven Urushima
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 213-264-3400
Télécopieur :
Télex : 272830 LILSA

Société : Malco Industries
Adresse : 68 Vine Street
Everett, MA 02149
Contact : M. Alfred T. Goldstein
Poste : Président
Téléphone : 617-389-2700
Télécopieur :
Télex :

Société : Newcor
Adresse : 4100 Commercial
Northbrook, IL 60062
Contact : Mme Lynda Wagner
Poste : Directrice, Trafic
Téléphone : 312-564-6800
Télécopieur :
Télex :

Société : Norcrest China Co.
Adresse : 5 N.W. Fort Avenue
Portland, OR 97209
Contact : M. Samuel Naito
Poste : Administrateur
Téléphone : 503-228-7404
Télécopieur :
Télex : 360204

Société : Norpro
Adresse : 6306 - 215 St. S. W.
Mountlake Terace, WA 98043
Contact : M. Steve Scott
Poste : Vice-président, Ventes
Téléphone : 206-771-3717
Télécopieur : 206-771-0880
Télex : 4930603

Société : Oriental Imports
Adresse : P.O. Box 2091
Mobile, AL 36652
Contact : Mme Vera Ward
Poste : Secrétaire-trésorière
Téléphone : 205-626-1049
Télécopieur :
Télex :

Société : Rite Lite Novelty Co.
Adresse : 260 - 47th Street
Brooklyn, NY 11220
Contact : M. Alex Rosenthal
Poste : Président
Téléphone : 718-439-6900
Télécopieur : 718-439-5917
Télex :

Société : Salem China
Adresse : P.O. Box 110
100 South Broadway
Salem, OH 44460
Contact : Mme Carolyne Brubacker
Poste : Directrice adjointe au président
Téléphone : 216-337-8771
Télécopieur : 216-337-8775
Télex :

Société : Specialty Merchandise Corp.
Adresse : 9401 Desoto Avenue
Chatsworth, CA 91311
Contact : M. Michael Chang
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 818-998-3300
Télécopieur : 818-709-5535
Télex :

Société : United China and Glass Co.
Adresse : 4500 Tchoupitoulas
New Orleans, LA 70115
Contact : M. Heinz
Poste : Directeur des achats
Téléphone : 504-891-5881
Télécopieur : 504-895-1452
Télex : 266022

Société : Wittur & Co.
Adresse : P.O. Box 1277
Evanston, IL 60204
Contact : M. Daniel M. Price
Poste : Président du conseil d'administration
Téléphone : 312-328-2000
Télécopieur : 312-328-2093
Télex : 910-231-0871

IMPORTATEURS AMÉRICAINS CHOISIS

Société : Action Industries Inc.
Adresse : 460 Nixon Road
Cheswick, PA 15024
Contact : M. Jack Golla
Poste : Directeur, Importations
Téléphone : 412-782-4800
Télécopieur :
Télex :

Société : Affliated Drug Stores
Adresse : 15 East 26th Street
New York, NY 10010
Contact : M. Don Vanecek
Poste :
Téléphone : 212-889-1560
Télécopieur :
Télex :

Société : Alan Spigelman Southwest Inc.
Adresse : 1333 Dallas Trade Mart
2100 Stemmons Freeway
Dallas, TX 75207
Contact :
Poste :
Téléphone : 214-749-0661
Télécopieur :
Télex :

Société : Ammar Sales
Adresse : 6966 Pebble Creek Woods
Drive,
West Bloomfield, MI 48322
Contact : M. Arnold Schwartz
Poste :
Téléphone : 313-626-8474
Télécopieur :
Télex :

Société : B.A. Pargh Company Inc.
Adresse : 1283 Murfreesboro Road
Nashville, TN 37217
Contact : M. David R. Selfert
Poste : Vice-président
Téléphone : 615-366-3000
Télécopieur :
Télex :

Société : Bob Scott Inc.
Adresse : P.O. Box 6739
Jacksonville, FL 32205
Contact : M. Bob Scott
Poste : Président
Téléphone : 904-387-3552
Télécopieur :
Télex :

Société : Bradlee's
Adresse : One Bradlee's Circle
Braintree, MA 02184
Contact :
Poste :
Téléphone : 617-770-8000
Télécopieur :
Télex :

Société : Branden's
Adresse : Interchange Tower, Suite 450
600 County Road 18
St. Louis Park, MN 55426
Contact : Mme Gretchen Seitz
Poste :
Téléphone : 612-540-8300
Télécopieur :
Télex :

Société : Caldor Inc.
Adresse : 20 Glover Avenue
Norwalk, CT 06852
Contact : M. Mark Heiberger
Poste :
Téléphone : 203-846-1641
Télécopieur :
Télex :

Société : Dayton's
Adresse : 700 Nicollet Mall
Minneapolis, MN 55402
Contact :
Poste :
Téléphone : 612-375-2200
Télécopieur :
Télex :

Société : Fayette Distributing Corporation
Adresse : 1153 W. Fayette Street
Syracuse, NY 13204
Contact : M. Carl Webster
Poste :
Téléphone : 315-475-9955
Télécopieur :
Télex :

Société : Filene's
Adresse : 426 Washington Street
Washington, MA 02101
Contact :
Poste :
Téléphone : 617-357-2100
Télécopieur :
Télex :

Société : Hammacher Schlemmer
Adresse : 147 East 57th Street
New York, NY 10022
Contact : M. Edward Mannix
Poste :
Téléphone : 212-421-9000
Télécopieur :
Télex :

Société : Hart Stores Inc.
Adresse : 770 W. Goodale Boulevard
Columbus, OH 43212
Contact : M. Michael Reilly
Poste : Acheteur principal
Téléphone : 614-464-6506
Télécopieur :
Télex :

Société : Heatcho Distributing Inc.
Adresse : 1930 - 6th Ave. South
Suite 402
Seattle, WA 98104
Contact : M. Jace Lovelass
Poste :
Téléphone : 206-628-0993
Télécopieur :
Télex :

Société : Herb Teichman Associates
Adresse : 2840 Greenbrook Trail
Atlanta, GA 30345
Contact : M. Herb Teichman
Poste : Président
Téléphone : 404-636-4178
Télécopieur :
Télex :

Société : Hutzlers
Adresse : 1 Market Center
Baltimore, MD 21201
Contact : M. David Barnes
Poste : Acheteur
Téléphone : 301-727-1234
Télécopieur :
Télex :

Société : Jerris-Mounds Inc.
Adresse : 1000 Kieley Place
Cincinnati, OH 45217
Contact : M. William McEwan
Poste : Acheteur
Téléphone : 513-242-7000
Télécopieur :
Télex :

Société : Joe Rebo & Assoc. Inc.
Adresse : P.O. Box 9235
Greensboro, NC 27408
Contact : M. Joe Rebo
Poste : Président
Téléphone : 919-288-3891
Télécopieur :
Télex :

Société : Jordan Marsh
Adresse : 450 Washington Street
Boston, MA 02205
Contact :
Poste :
Téléphone : 617-357-3000
Télécopieur :
Télex :

Société : Kaufmann's Department Store
Adresse : Fifth & Smithfield
Pittsburgh, PA 15222
Contact : M. Tony Buccina
Poste : Directeur, Marchandises générales
Téléphone : 412-232-2000
Télécopieur :
Télex :

Société : Kitchen Bazaar
Adresse : 4455 Connecticut Avenue N.W.
Washington, D.C. 20008
Contact : Mmes Pam Landy et Judy Labeski
Poste : Acheteuses
Téléphone : 202-363-4600
Télécopieur :
Télex :

Société : The Kitchen Shop
Adresse : 314 Maple Avenue W.
Vienna, VA 22180
Contact : Mme Anne Martin
Poste : Propriétaire et acheteuse
Téléphone : 703-281-6658
Télécopieur :
Télex :

Société : Lechmere
Adresse : 275 Wildwood Street
Woburn, MA 01801
Contact :
Poste :
Téléphone : 617-935-8320
Télécopieur :
Télex :

Société : Manar Sales Company
Adresse : 5606 - 6th Avenue S.
Suite 402
Seattle, WA 98101
Contact : M. Jim Ruben
Poste :
Téléphone : 206-763-3751
Télécopieur :
Télex :

Société : Marketforce Inc.
Adresse : 2014 Broadway
Nashville, TN 37208
Contact : M. Leonard H. Wurzel
Poste :
Téléphone : 615-321-0073
Télécopieur :
Télex :

Société : The May Company
Adresse : 1120 Avenue of the Americas
New York, NY 10036
Contact : M. Jack Reeves
Poste : Vice-président
Téléphone : 212-704-2600
Télécopieur :
Télex :

Société : McFarland Fox & Briggs
Adresse : 38 Sudbury lane
Williamsville, NY 14221
Contact : M. Robert McFarland
Poste :
Téléphone : 716-634-3610
Télécopieur :
Télex :

Société : Nichols Sales Associates
Adresse : 2450 Commercial Drive
Auburn Hills, MI 48057
Contact : M. Ronald Nichols
Poste :
Téléphone : 313-373-3383
Télécopieur :
Télex :

Société : Nor-Pro
Adresse : 6306 - 215th Street S.W.
Mountlake Terrace, WA 98043
Contact : M. Gunnar Lie
Poste : Président
Téléphone : 206-771-3717
Télécopieur :
Télex :

Société : Our Own Hardware
Adresse : 2300 West Highway 13
Burnville, MN 55337
Contact : M. Geri Peterson
Poste : Coordonnateur, Marchés d'approvisionnements
Téléphone : 612-890-2700
Télécopieur :
Télex :

Société : Philadelphia Sales Company
Adresse : 90 Clinton Avenue
Binghamton, NY 13905
Contact : M. Joseph Stein
Poste :
Téléphone : 607-723-5481
Télécopieur :
Télex :

Société : Repping One of Upstate NY
Adresse : 300 Delaware Avenue
Suite 101
Buffalo, NY 14202
Contact : M. Goerge Hain
Poste :
Téléphone : 716-842-2234
Télécopieur :
Télex :

Société : Schenk & Higgins Associates
Adresse : 19138 W. 10 Mile Road
Southfield, MI 48075
Contact : M. W. Higgins
Poste :
Téléphone : 313-353-7377
Télécopieur :
Télex :

Société : Southern Sales Assoc. Inc.
Adresse : 2025 W. Alabama
Houston, TX 77098
Contact : Mme Clara W. Dworsky
Poste :
Téléphone : 713-523-7060
Télécopieur :
Télex :

Société : Specialty House
Adresse : 57 Fourteenth Street N.E.
Atlanta, GA 30309
Contact : M. Si Londe
Poste : Président
Téléphone : 404-872-3874
Télécopieur :
Télex :

Société : Stock & Wares Inc.
Adresse : 1610 Chestnut Street
Philadelphia, PA 19103
Contact : M. Peter Tarantino
Poste : Propriétaire et acheteur
Téléphone : 215-563-5257
Télécopieur :
Télex :

Société : Target Stores
Adresse : P.O. Box 1392
Minneapolis, MN 55440
Contact :
Poste :
Téléphone : 612-370-6073
Télécopieur :
Télex :

Société : Trendlines Inc.
Adresse : P.O. Box 1707
Mission, KS 66205
Contact : M. Toff Dollinger
Poste :
Téléphone : 913-383-2950
Télécopieur :
Télex :

Société : Walls Inc.
Adresse : 924 Montclair Road
Birmingham, AL 35213
Contact : M. A.J. Walls
Poste : Président
Téléphone : 205-591-5915
Télécopieur :
Télex :

Société : Zayre
Adresse : 30 Speen Street
Framingham, MA 01701
Contact :
Poste :
Téléphone : 617-620-3776
Télécopieur :
Télex :

ANNEXE 3

IMPORTATIONS AMÉRICAINES D'ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) - 1987 (ANNEXE A 665.3, 666.4, 666.5)

ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
En caractère gras, total de tous les articles faisant l'objet de cette étude	**1 264 903**	**2 115**	**278 383**	**338 123**	**646 282**
Total pour tous les articles en caractères ordinaires ayant un intérêt pour cette étude	322 415	3 198	179 659	36 581	102 977
Total de tous les articles en caratères italiques qui ne sont pas liés au secteur	*204 517*	*5 822*	*57 705*	*18 124*	*122 866*

665.3 Articles en verre, n.d.a.*, y compris les fausses pierres gemmes
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
6653100	*Verrerie, de laboratoire, d'hygiène ou de pharmacie et ampoules en verre*	*31 801*	*1 195*	*22 224*	*1 756*	*6 626*
6653901	Verres, d'une teneur en monoxyde de plomb supérieure à 24 % et d'une valeur d'au plus 1 $ pièce	9 060	0	3 141	72	5 847
6653906	Verres, d'une teneur en monoxyde de plomb supérieure à 24 % et d'une valeur de plus de 1 $ et non supérieure à 3 $ pièce	49 380	62	38 442	617	10 259
6653911	**Verres, d'une teneur en monoxyde de plomb supérieure à 24 % et d'une valeur de plus de 3 $ pièce**	**183 571**	**72**	**97 653**	**7 739**	**78 107**
6653920	Verres, n.d.a., décoré de mouchetures en métal, de scènes, de bulles, etc.	4 886	0	3 008	0	1 878
6653932	*Pierres gemmes, fausses, sauf les perles de fantaisie*	*65 448*	*625*	*7 634*	*445*	*56 744*
6653936	*Perles, fausses, et fausses perles de fantaisie, non montées ou serties*	*6 273*	*0*	*613*	*3 290*	*2 370*
6653942	*Perles de fantaisie, tubes de verre et paillettes, sauf en perle, en ivoire ou en résine, n.d.a., non montés ou sertis*	*19 784*	0	2 361	547	16 876
6653947	*Articles, n.d.a., faits de perles de fantaisie, de tubes de verre, de paillettes, de fausses pierres gemmes ou d'une combinaison de ces derniers*	*25 262*	*0*	*5 310*	*258*	*19 694*
6653951	Verres, n.d.a., et articles en verre, n.d.a.	27 673	1 114	21 386	516	4 657
6653960	Verres, articles en verre, vaisselle de cuisine, articles de cuisine etc, n.d.a., d'une valeur d'au plus 3 $ pièce	106 773	1 771	45 021	6 001	53 980
6653970	Verres, articles en verre, vaiselle, articles de cuisine, etc., n.d.a., d'une valeur de plus de 3 $ pièce	65 580	251	33 905	9 564	24 860
6653980	*Indicateurs de niveaux, tubulaires ou non, et autres articles, n.d.a., en verre*	*55 949*	*4 002*	*19 563*	*11 828*	*20 556*

* Non dénommé(e)s ailleurs

666.4 Articles ménagers en porcelaine
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
6664020	Porcelaine tendre, utilisée pour la réparaton, le service et la conservation des aliments ou boissons	56 063	0	34 756	19 811	1 496
6664040	**Vaiselle, articles de table et articles ménagers autres qu'en porcelaine tendre**	**444 330**	**779**	**70 678**	**134 288**	**238 585**

666.5 Articles ménagers en grès cérame ou en grès sauf les articles de décoration
Importations en 1987 (en milliers de dollars US)

Annexe A	Description des marchandises	Importations américaines totales	Canada	Europe	Japon	Autres
6665025	Articles de table en grès cérame	372 217	224	55 479	164 920	151 594
6664050	Articles de fumeurs et articles ménagers, n.d.a., en grès cérame ou en grès	264 785	1 040	54 573	31 176	177 996

ANNEXE 4

DÉSIGNATION DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

DÉSIGNATION DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

Annexe A : Verres, d'une teneur en monoxyde de plomb supérieure à 24 % et d'une valeur supérieure à 3 $ pièce

Concordance avec la NCCI :

8506320 Verres à pied en cristal
8506340 Verres de cristal
8506430 Plateaux de cristal taillé pour la table
8673020 Bols décoratifs en verre, y compris cristal taillé
8673090 Objets d'art et articles décoratifs en verre, y compris, cristal taillé, n.d.a.*

Annexe A : Vaiselle, articles de table et articles ménagers autres qu'en porcelaine tendre

Concordance avec la NCCI :

8506230 Services de table en porcelaine
8672820 Bols décoratifs en faïence et en porcelaine
8672830 Figurines et statuettes en faïence et en porcelaine
8672840 Pots à fleurs et jardinières en faïence et en porcelaine
8672860 Plaques murales en faïence et en porcelaine
8672890 Matériel artistique et décoratif en faïence et porcelaine, n.d.a.

Annexe A : Articles de table en grès cérame

Concordance avec la NCCI :

8506250 Services de table en faïence, sauf théières
8506260 Théières en faïence
8673221 Bols décoratifs en terre cuite
8673250 Pots à fleurs et jardinières en terre cuite
8675260 Vases en grès cérame

Annexe A : Articles de fumeurs et articles ménagers, n.d.a., en grès cérame ou en grès

Concordance avec la NCCI :

8503935 Cruches, pichets, contenants pour conserver les aliments au réfrigérateur
8664033 Cendriers, sauf en verre
9509950 Dames-jeannes en terre cuite

---

*Non dénommé(e)s ailleurs

ANNEXE 5

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) D'EUROPE ET DU JAPON PAR PAYS - 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) D'EUROPE ET DU JAPON, PAR PAYS - 1987

(en milliers de dollars US)

PAYS	ANNEXE A				TOTAL	%
	6653911	6664040	6665025	6665040		
Belgique - Luxembourg	3 712	7 058	265	-	11 035	0,87
Danemark	-	3 751	158	100	4 009	0,32
Finlande	-	-	177	-	177	0,01
France	45 729	18 116	1 892	1 639	67 376	5,33
Italie	3 655	5 900	13 954	33 397	56 906	4,50
Pays-Bas	304	229	175	1 193	1 901	0,15
Norvège	91	285	-	-	376	0,03
Espagne	131	2 892	1 223	2 269	6 515	0,52
Suède	7 189	72	296	-	7 557	0,60
Suisse	68	556	143	184	951	0,08
Royaume-Uni	6 116	12 187	30 772	9 185	58 260	4,61
Allemagne de l'Ouest	30 658	19 632	6 424	6 606	63 320	5,01
Total, Europe	97 653	70 678	55 479	54 573	278 383	22,01
Japon	7 739	134 288	164 920	31 176	338 123	26,73
Total, Europe et Japon	105 392	204 966	220 399	85 749	616 506	48,74
Total des importations	183 571	444 330	372 217	264 785	1 264 903	

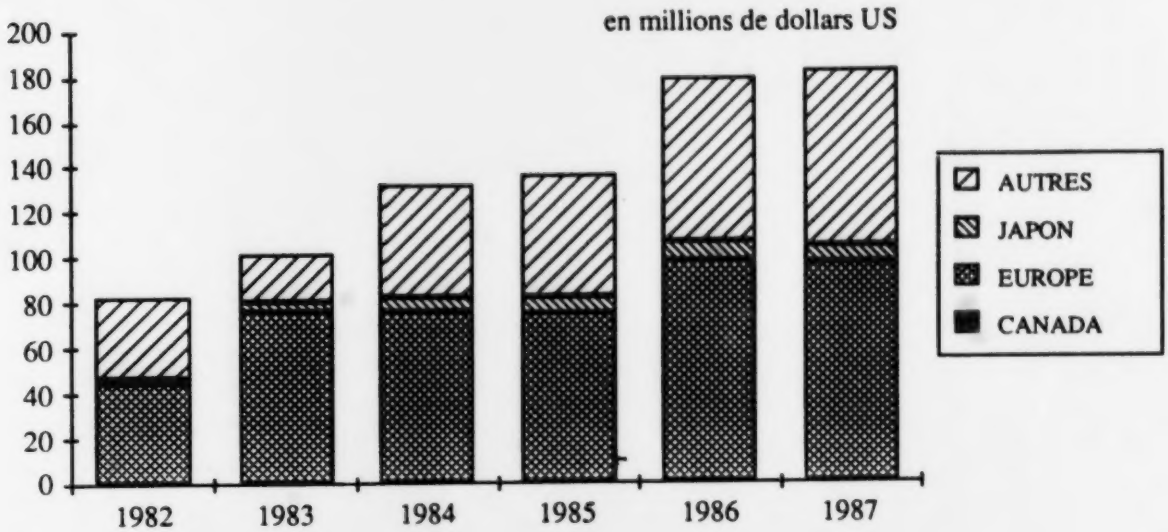
ANNEXE 6

IMPORTATIONS DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX), 1982 - 1987

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

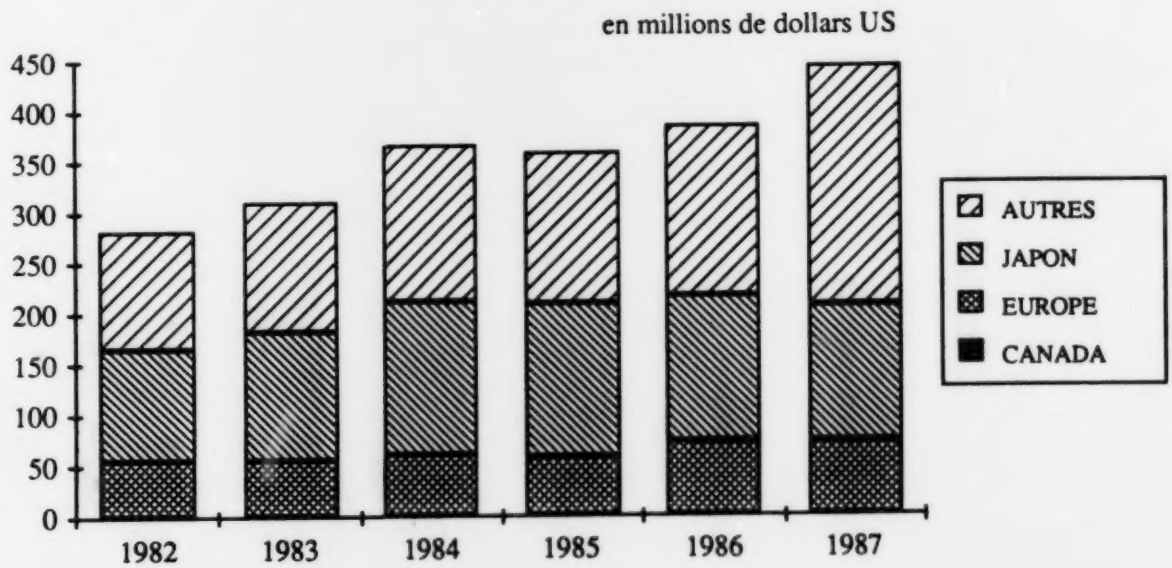
VERRES, D'UNE TENEUR EN MONOXYDE DE PLOMB SUPÉRIEURE À 24 % ET D'UNE VALEUR SUPÉRIEURE À 3 $ PIÈCE

ANNEXE A 6653911



VAISELLE, ARTICLES DE CUISINE ET ARTICLES MÉNAGERS AUTRES QU'EN PORCELAINE TENDRE

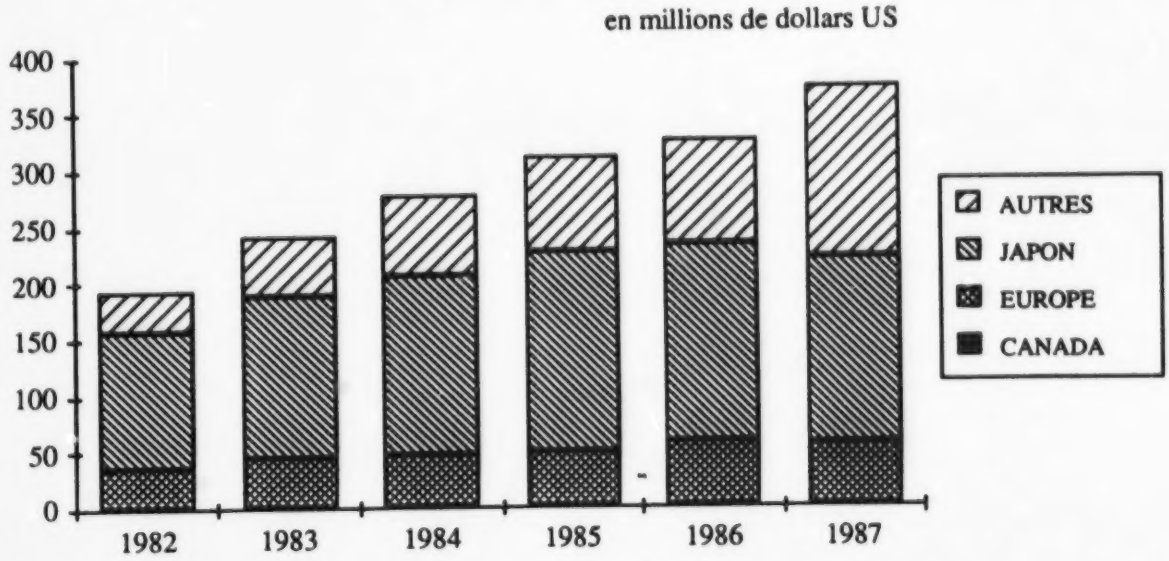
ANNEXE A 6664040



IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE CERTAINS ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) (Suite)

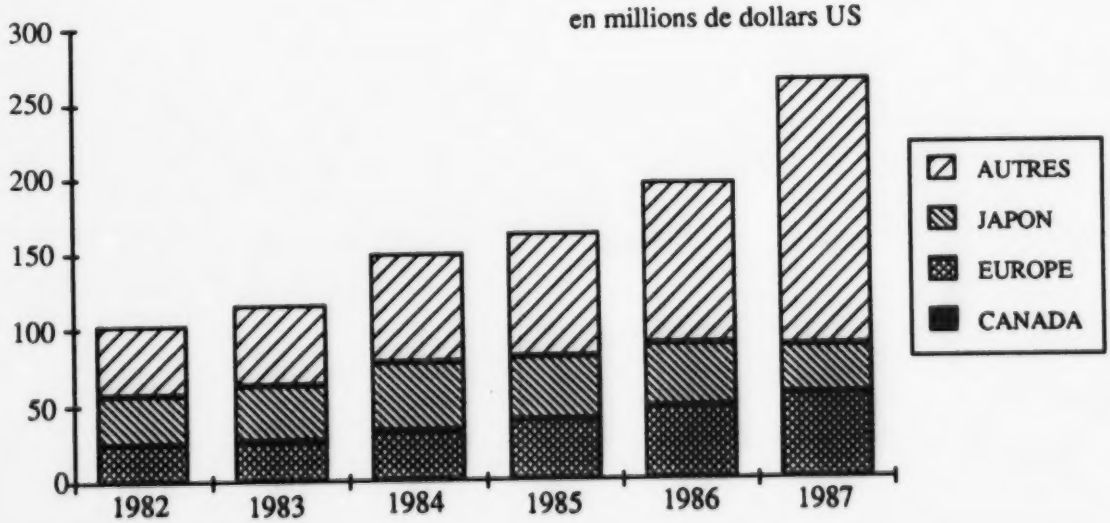
ARTICLES DE TABLE EN GRÈS CÉRAME

ANNEXE A 6665025



ARTICLES DE FUMEURS ET ARTICLES MÉNAGERS, N.D.A.*, EN GRÈS CÉRAME ET EN GRÈS

ANNEXE A 6665040



* non dénommé(e)s ailleurs

ANNEXE 7

TARIFS DOUANIERS DES ÉTATS-UNIS APPLICABLES AUX ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX) CANADIENS ET LISTE DES DROITS DE DOUANE ÉLIMINÉS EN VERTU DE L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE

ÉLIMINATION DES DROITS DE DOUANE

1. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, chaque Partie éliminera progressivement les droits de douane qu'elle applique aux produits originaires du territoire de l'autre Partie, conformément au calendrier suivant :

   A. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement A dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés entièrement, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1989.

   B. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement B dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en cinq tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1993.

   C. Les droits sur les produits visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement C dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 seront éliminés en dix tranches annuelles égales commençant le 1er janvier 1989, et ces produits bénéficieront de la franchise à compter du 1er janvier 1998.

2. Sauf stipulation contraire dans le présent accord, les produits originaires du territoire de l'autre Partie qui sont visés par chacun des numéros tarifaires désignés comme catégorie d'échelonnement D dans les listes respectives des Parties composant l'annexe 401.2 continueront de bénéficier du régime existant d'admission en franchise indiqué dans ces listes.

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
6911	Vaisselle, autres articles de ménage ou d'économie domestique et articles d'hygiène ou de toilette, en porcelaine :		
6911.10	Articles pour le service de la table ou de la cuisine :		
6911.10.10	Articles pour hôtels et restaurants	35 %	C
	Autres :		
6911.10.20	Porcelaine	8 %	C
	Autres :		
	Disponibles en ensembles précis :		
6911.10.35	En toute combinaison pour laquelle la valeur globale des articles indiqués dans la note supplémentaire É.-U. 6(b) du présent chapitre est égale ou inférieure à 56 $	26 %	C
6911.10.39	En toute combinaison pour laquelle la valeur globale des articles indiqués dans la note supplémentaire É.-U. 6(b) du présent chapitre est supérieure à 56 $	8 %	C
	Autres :		
6911.10.41	Chopes munies de couvercles d'étain fixés en permanence, bonbonnières, carafes, bols à punch, plats à bretzels, plats à friandises, plateaux étagés, plats à bonbons, coquetiers, louches et porte-louches, huiliers, gobelets et ensembles salière et poivrière	9 %	C

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
6911.10.45	Grosses tasses et autres chopes	17,5 %	C
6911.10.49	Tasses d'une valeur supérieure à 8 $ la douzaine; soucoupes d'une valeur supérieure à 5,25 $ la douzaine; assiettes à soupe, à flocons d'avoine et à céréales d'une valeur supérieure à 9,30 $ la douzaine; assiettes d'un diamètre maximal de 22,9 cm et d'une valeur supérieure à 8,50 $ la douzaine; assiettes d'un diamètre supérieur à 22,9 mais ne dépassant pas 27,9 cm et d'une valeur supérieure à 11,50 $ la douzaine; plats ou plats à viande d'une valeur supérieure à 40 $ la douzaine; sucriers d'une valeur supérieur à 23 $ la douzaine; pots à crème d'une valeur supérieure à 20 $ la douzaine; récipients à boissons d'une valeur supérieure à 50 $ la douzaine	8 %	C
6911.10.50	Autres	26 %	C
6911.90.00	Autres	9 %	C

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
6912.00	Vaisselle, autres articles de ménage ou d'économie domestique et articles d'hygiène ou de toilette, en céramique, autres qu'en porcelaine :		
	Articles pour le service de la table ou de la cuisine :		
6912.00.10	En grès cérame à grain grossier ou en grès à grain grossier; en grès cérame à grain fin, décorés ou non, dont le corps est de couleur rougeâtre et d'un vernis lustré qui, sur les théières, peut être d'une couleur quelconque mais qui, sur les autres articles, doit être tacheté, rayé ou peint uniformément de brun à noir avec oxyde ou sodium métallique	1,4 %	C
	Autres :		
6912.00.20	Articles pour hôtels et restaurants	35 %	C
	Autres :		
	Disponibles en ensembles précis :		
6912.00.35	En toute combinaison pour laquelle la valeur globale des articles indiqués dans la note supplémentaire É.-U. 6(b) du présent chapitre est égale ou inférieure à 38 $	11,5 %	C
6912.00.39	En toute combinaison pour laquelle la valeur globale des articles indiqués dans la note supplémentaire É.-U. 6(b) du présent chapitre est supérieure à 38 $	4,5 %	C
	Autres :		
6912.00.41	Chopes munies de couvercles d'étain fixés en permanence, bonbonnières, carafes, bols à punch, plats à bretzels, plats à friandises, plateaux étagés, plats à bonbons, coquetiers, louches et porte-louches, huiliers, gobelets et ensembles salière et poivrière . . .	5,5 %	C
6912.00.44	Grosses tasses et autres chopes	13,5 %	C
6912.00.47	Tasses d'une valeur supérieure à 5,25 $ la douzaine; soucoupes d'une valeur supérieure à 3 $ la douzaine; assiettes à soupe, à flocons d'avoine et à céréales d'une valeur supérieure à 6 $ la douzaine; assiettes d'un diamètre maximal de 22,9 cm et d'une valeur supérieure à 6 $ la douzaine; assiettes d'un diamètre supérieure à 22,9 mais ne dépassant pas 27,9 cm et d'une valeur supérieure à 8,50 $ la douzaine; plats ou plats à viande d'une valeur supérieure à 35 $ la douzaine; sucriers d'une valeur supérieure à 21 $ la douzaine; pots à crème d'une valeur supérieure à 15 $ la douzaine; récipients à boissons d'une valeur supérieure à 42 $ la douzaine	4,5 %	C

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
6912.00.49	Autres	11,5 %	C
6912.00.50	Autres	7 %	C
6913	Statuettes et autres objets d'ornementation en céramqiue :		
6913.10	En porcelaine :		
6913.10.10	Statues, statuettes et fleurs faites à la main, d'une valeur supérieure à 2,50 $ chacune et fabriquées par des sculpteurs professionnels ou directement à partir de moules tirés de modèles originaux réalisés par des sculpteurs professionnels	2,6 %	C
	Autres :		
6913.10.20	En procelaine	6,6 %	C
6913.10.50	Autres	9 %	C
6913.90	Autres :		
6913.90.10	Statues, statuettes et fleurs faites à la main, d'une valeur supérieure à 2,50 $ chacune et fabriquées par des sculpteurs professionnels ou directement à partir de moules tirés de modèles originaux réalisés par des sculpteurs professionnels	2,6 %	C
	Autres :		
6913.90.20	En carreaux de céramique	4,2 %	C
6913.90.30	En grès cérame, décorés ou non, dont le corps est de couleur rougeâtre et d'un vernis lustré, et tacheté, rayé ou peint uniformément de brun à noir avec oxyde ou sodium métallique	2,5 %	C
6913.90.50	Autres	7 %	C
6914	Autres articles en céramique:		
6914.10.00	En porcelaine	9 %	C
6914.90.00	Autres	8 %	C

LISTE DES ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
7013	Objets en verre pour le service de la table, pour la cuisine, la toilette, le bureau, l'ornementation des appartements ou usages similaires (autres que ceux des nos 7010 ou 7018) :		
7013.10	En vitrocérame :		
7013.10.10	Verrerie, non glacée, contenant plus de 75 % d'aluminosilicate de lithium cristalling par volume, dont le coefficient de dilatation linéaire ne dépasse pas 10 x 10^{-7} par Kelvin pour des températures comprises entre 0° et 300° C, transparente, parfaitement limpide, dont la diffusion dans l'infrarouge est supérieure à 75 % à une longueur d'onde de 2,5 microns pour une éprouvette de 3 mm d'épaisseur, et renfermant une solution solide de bêta-quartz comme principale phase cristalline	6,9 %	A
7013.10.50	Autres :	26 %	A
	Verres à boire, autres qu'en vitrocérame :		
7013.21	En crystal au plomb :		
7013.21.10	D'une valeur d'au plus 1 $ pièce	20 %	B
7013.21.20	D'une valeur de plus de 1 $ mais non supérieure à 3 $ pièce	14 %	B
7013.21.30	D'une valeur de plus de 3 $ mais non supérieure à 5 $ pièce	10,5 %	B
7013.21.50	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	6 %	B
7013.29	Autres :		
7013.29.05	Moulés et trempés (spécialement trempés)	12,5 %	C
	Autres :		
7013.29.10	D'une valeur d'au plus 0.30 $ pièce	38 %	C
7013.29.20	D'une valeur supérieure à 0.30 $ mais d'au plus 3 $ pièce	30 %	C
	D'une valeur supérieure à 3 $ pièce :		
	Taillés ou gravés :		
7013.29.30	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
7013.29.40	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C
	Autres :		
7013.29.50	D'une valeur supérieure à 3 $ pièce mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
7013.29.60	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
	Objets pour le service de la table (autres que les verres à boire) ou pour la cuisine, autres qu'en vitrocérame :		
7013.31	En crystal au plomb :		
7013.31.10	D'une valeur d'au plus 1 $ pièce	20 %	B
7013.31.20	D'une valeur supérieure à 1 $ mais d'au plus 3 $ pièce	14 %	B
7013.31.30	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	10,5 %	B
7013.31.50	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	6 %	B
7013.32	En verre d'un coefficient de dilatation linéaire n'excédant pas 5 x 10^{-6} par Kelvin entre 0° C et 300° C :		
7013.32.10	Moulé et trempé (spécialement trempés)	12,5 %	B
	Autres :		
7013.32.20	D'une valeur d'au plus 3 $ pièce	30 %	B
7013.32.30	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	B
7013.32.40	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	B
7013.39	Autres :		
7013.39.10	Moulés et trempés (spécialement trempés)	12,5 %	C
	Autres :		
7013.39.20	D'une valeur d'au plus 3 $ pièce	30 %	C
	D'une valeur supérieure à 3 $ pièce :		
	Taillé ou gravé :		
7013.39.30	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
7013.39.40	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C
	Autres :		
7013.39.50	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C
7013.39.60	Autres objets :		
7013.91	En crystal au plomb :		
7013.91.10	D'une valeur d'au plus 1 $ pièce	20 %	B
7013.91.20	D'une valeur supérieure à 1 $ mais d'au plus 3 $ pièce	14 %	B
7013.91.30	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	10,5 %	B
7013.91.50	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	6 %	B
7013.99	Autres :		
7013.99.10	Objets avec mouchetures décoratives en métal, scènes figuratives en verre ou effets de fils ou de rubans en verre, décorations précédentes noyées ou introduites dans la masse du verre avant sa solidification, objets en verre au millefiori; objets en verre coloré avant solidification; et caractérisés par la distribution au hasard de nombreuses bulles, graines ou pierres dans toute la masse de verre	20 %	C
7013.99.20	Moulés et trempés (spécialement tempés)	12,5 %	C

NUMÉRO	DÉSIGNATION DES MARCHANDISES	TAUX DE BASE	CATÉGORIE D'ÉCHELONNEMENT
	Autres :		
7013.99.30	Articles pour fumeurs; flacons de parfums avec bouchon en verre meulé	9 %	C
7013.99.35	Bougeoirs pour bougies d'église	6,6 %	C
	Autres :		
7013.99.40	D'une valeur d'au plus 0.30 $ pièce	38 %	C
7013.99.50	D'une valeur supérieure à 0.30 $ mais d'au plus 3 $ pièce	30 %	C
	D'une valeur supérieure à 3 $ pièce :		
7013.99.60	Taillés ou gravés : D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
7013.99.70	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C
	Autres :		
7013.99.80	D'une valeur supérieure à 3 $ mais d'au plus 5 $ pièce	15 %	C
7013.99.90	D'une valeur supérieure à 5 $ pièce	7,2 %	C

ANNEXE 8

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS
ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

PAYS D'ORIGINE DES FOURNISSEURS ET DEGRÉ DE SATISFACTION DES RÉPONDANTS

PAYS	DEGRE DE SATISFACTION 1	2	3	4	5	NOMBRE TOTAL DE RÉPONDANTS	MOYENNE
Canada				1	1	2	4,50
Chine		1	1	1	3	6	4,00
Danemark				1	1	2	4,50
France				1	1	2	4,50
Hong Kong			2	6	5	13	4,23
Inde			1	1	1	3	4,00
Israel			1			1	3,00
Italie		1	4	2	6	13	4,00
Japon				10	7	17	4,41
Mexique			1		2	3	4,33
Pays-Bas				1		1	4,00
Norvège					1	1	5,00
Philippines				2	1	3	4,33
Pologne					1	1	5,00
Portugal				1	1	2	4,50
Corée du Sud			1	5	5	11	4,36
Espagne		1	1		2	4	3,75
Suède				1	1	2	4,50
Suisse					1	1	5,00
Taïwan		2	6	12	5	25	3,80
Thaïlande			1			1	3,00
Royaume-Uni				3	1	4	4,25
Allemagne de l'Ouest				2	5	7	4,71
Yougoslavie			1	1	1	3	4,00
TOTAL	0	5	20	51	52	128	

degrés de satisfaction :

1 = faible
2 = assez faible
3 = neutre
4 = assez élevé
5 = élevé

ANNEXE 9

PUBLICATIONS ET FOIRES COMMERCIALES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE

PRINCIPALES FOIRES COMMERCIALES

ARTICLES MÉNAGERS (ARTICLES CADEAUX)

FOIRE	LIEU	DATES	CONTACT
National Decorating Products Show	Indianapolis, Indiana	9-11 novembre 1990	Mme Lillian Smysor (314) 991-3470
Midyear Housewares Exposition	Chicago, Illinois	8-10 juillet 1990	M. Brian Casey (312) 644-3333 National Housewares Manufacturers Association
New York International Gift Show	New York, New York	28 janvier - 2 février 1990	Mme Rosann Malone (212) 686-6070
International Housewares Exposition	Chicago, Illinois	14-17 janvier 1990	M. Brian Casey (312) 644-3333
San Francisco Gourmet Products Show	San Francisco, California	22-24 avril 1990	Mme Maria Montalvo (415) 344-5171

PUBLICATIONS

Broom, Brush and Mop, P.O. Box 130, Arcola, IL 61910
Contact : M. Don Rikan, éditeur, (217) 268-4959

Gifts and Decorative Accessories, 51 Madison Avenue, New York, NY 10010
Contact : M. Bob Chiarci, (212) 679-4411

China, Glass and Tableware, Ebel-Doctorow Publications Inc., 1115 Clifton Ave., Clifton, NJ 07013
Contact : Mme Amy Stavis, éditeur, (201) 779-1600

ANNEXE 10

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS

SERVICES COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

Agent des marchés américains pour ce secteur
Ministère des Affaires extérieures (UTD)
125, chemin Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : 613-993-7343/613-993-5911
Télex : 0533745
Télécopieur : 613-996-9103

Colombie-Britannique
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
P.O. Box 11610
900-650 West Georgia Street
Scotia Tower
Vancouver, B.C.
V6B 5H8
Téléphone : 604-666-0434
Télex : 0451191
Télécopieur : 604-666-8330

Saskatchewan
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
6th Floor
105 - 21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Téléphone : 306-975-4353
Télex : 0742742
Télécopieur : 306-975-5334

Manitoba
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 608
330 Portage Avenue
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Téléphone : 204-983-2097
Télex : 0757624
Télécopieur : 204-983-2187

Alberta
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
The Counterpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
Edmonton, Alberta
T5J 3S3
Téléphone : 403-420-2944
Télex : 0372762
Télécopieur : 403-420-4507

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Harry Hays Building
Suite 630
220 - 4th Avenue S.E.
Calgary, Alberta
T2P 3C3
Téléphone : 403-292-4575
Télécopieur : 403-292-4578

Ontario
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
4th Floor
Dominion Public Building
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Téléphone : 416-973-5000
Télex : 06524378
Télécopieur : 416-973-8714

Québec
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Tour de la Bourse
800, place Victoria
Pièce 3800, C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Téléphone : 514-283-6796
Télex : 05560768
Télécopieur : 514-283-3302

Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
112, rue Dalhousie
Québec (Québec)
G1K 4C1
Téléphone : 418-648-2506
Télécopieur : 418-648-7291

Île-du-Prince-Édouard
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown, P.E.I.
C1A 7M8
Téléphone : 902-566-7400
Télex : 01444129
Télécopieur : 902-566-7450

Territoires du Nord-Ouest
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
10th Floor
Precambrian Building
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 1C0
Téléphone : 403-920-8575
Télécopieur : 403-873-6228

Nouveau-Brunswick
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Édifice l'Assomption
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Téléphone : 506-857-6452
Télex : 0142200
Télécopieur : 506-857-6429

Nouvelle-Écosse
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Téléphone : 902-426-7540
Télex: 01922525
Télécopieur : 902-426-2624

Terre-Neuve
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Téléphone : 709-772-5511
Télex : 0164749
Télécopieur : 709-772-5093

Yukon
Centre du Commerce international
Ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
Suite 301
108 Lambert St.
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Téléphone : 403-668-4655
Télécopieur : 403-668-5003

DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU GOUVERNEMENT DU CANADA AUX ÉTATS-UNIS

Ambassade du Canada à Washington
La Section de développement du
commerce et des marchés
501 Pennsylvania Avenue N.W.
Washington, D.C. 20001
Téléphone : 202-682-1740
Télécopieur : 202-682-7726
Télex : 0089664 (DOMCAN A WASH)
Territoire : Washington (D.C.),
Maryland, Delaware, région est de
la Pennsylvanie (y compris
Philadelphie), Virginie

Atlanta
Consulat général du Canada
400 South Tower
One CNN Center
Atlanta, Georgia 30303-2705
Téléphone : 404-577-6810
Télécopieur : 404-524-5046
Télex : 0542676 (DOMCAN ATL)
Territoire : Alabama, Floride,
Géorgie, Mississippi, Caroline du Nord,
Caroline du Sud, Tennessee,
Puerto Rico, Îles-Vierges (Américaines)

Boston
Consulat général du Canada
Three Copley Place, Suite 400
Boston, Massachusetts 02116
Téléphone : 617-262-3760
Télécopieur : 617-262-3415
Télex : 940625 (DOMCAN BSN)
Territoire : Maine,
Massachussetts, New Hampshire,
Rhode Island, Vermont
ainsi que : Saint-Pierre-et-Miquelon

Buffalo
Consulat du Canada
One Marine Midland Center
Suite 3550
Buffalo, New York 14203-2884
Téléphone : 716-852-1247
Télécopieur : 716-852-1247
Télex : 0091329 (DOMCAN BUF)
Territoire : État de New York --
l'Ouest, le Centre et le Nord

Chicago
Consulat général du Canada
310 South Michigan Avenue, 12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Téléphone : 312-427-1031
Télécopieur : 312-922-0637
Télex : 00254171 (DOMCAN CGO)
Territoire : Illinois, Missouri,
Wisconsin, région Quad-City de
L'Iowa

Cleveland
Consulat du Canada
Illuminating Building, Suite 1008
55 Public Square
Cleveland, Ohio 44113-1983
Câble : CANADIAN CLEVELAND
Téléphone : 216-771-0150
Télécopieur : 216-771-1688
Télex : 00985364 (DOMCAN CLV)
Territoire : Kentucky, Ohio, Virginie
occidentale, région ouest de la
Pennsylvanie

Dallas
Consulat général du Canada
St. Paul Place, Suite 1700
750 N. St. Paul Street
Dallas, Texas 75201-9990
Câble : CANADIAN DALLAS
Téléphone : 214-922-9806
Télécopieur : 214-922-9811
Télex : 00732637 (DOMCAN DAL)
Territoire : Texas, Arkansas, Kansas, Louisiane, Nouveau-Mexique, Oklahoma

Détroit
Consulat général du Canada
600 Renaissance Centre
Suite 1100
Detroit, Michigan 48243-1704
Câble : CANADIAN DETROIT
Téléphone : 313-567-2340
Télécopieur : 313-567-2164
Télex : 230715 (DOMCAN DET)
Territoire : ville de Toledo
États : Michigan, Indiana

Los Angeles
Consulat général du Canada
300 South Grand Avenue, 10th Floor
California Plaza
Los Angeles, California 90071
Téléphone : 213-687-7432
Télécopieur : 213-520-8827
Télex : 00674119 (DOMCAN LSA)
Territoire : Arizona, Californie, comté de Clark au Nevada

Minneapolis
Consulat général du Canada
701 Fourth Avenue South
Minneapolis, Minnesota 55415-1078
Téléphone : 612-333-4641
Télécopieur : 612-332-4061
Télex : 290229 DOMCAN MPS
Territoire : Iowa, Nebraska, Minnesota, Dakota du Nord, Dakota du Sud, Montana

New York
Consulat général du Canada
1251 Avenue of the Americas
New York, N.Y. 10020-1175
Câble : CANTRACOM NEW YORK CITY
Téléphone : 212-768-2400
Télécopieur : 212-768-2441
Télex : 62014481 (DOMCAN NYK)
Territoire : Connecticut, New Jersey, région sud de l'État de New York, ainsi que : Bermudes

San Francisco
Consulat général du Canada
50 Fremont St. Suite 2100
San Francisco, California 94105
Téléphone : 415-495-6021
Télécopieur : 415-541-7708
Télex : 34321 (DOMCAN SFO)
62014485 (Easylink)
Territoire : Californie (sauf les 10 comtés méridionaux), Colorado, Hawaii, Nevada (sauf le comté de Clark), Utah, Wyoming

Seattle
Consulat général du Canada
412 Plaza 600, Sixth and Stewart
Seattle, Washington 98101-1286
Téléphone : 206-443-1777
Télécopieur : 206-443-1782
Télex : 0328762 (DOMCAN SEA)
Territoire : Alaska, Idaho, Oregon Washington